



**Karoline Silva Beckman O Patrimônio Cultural como estratégia de
reestruturação da oferta turística em Centros
Históricos: O caso de São Luis.**



**Karoline Silva Beckman O Patrimônio Cultural como estratégia de
reestruturação da oferta turística em Centros
Históricos: O caso de São Luis.**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, realizada sob a orientação científica da Dra. Ana Maria Fereira, Professora Doutora do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

À Deus

o júri

presidente

Prof. Dr. Carlos Manuel da Costa
Professor Associado com Agregação a Universidade de Aveiro

vogais

Profa. Dra. Ana Maria Alves Pedro Ferreira
Professora Adjunta da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve
(orientadora)

Profa. Dra. Margarida Fidalgo Vaz
Professor Auxiliar da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade da Beira do Interior)

agradecimentos

Quando chegamos ao final de mais um etapa em nossas vidas, somos levados a um súbito momento de alívio e satisfação. Então, repensamos em todos os momentos em que vivemos até alcançar nossa vitória, quantos desafios, dificuldades, angústia, noites em claro, mas principalmente, quantos risos, ombros amigos, abraços fortes, e quantas palavras de carinho e apoio. Criamos nossos próprios desafios, na esperança de alcançar nosso melhor resultado, por mais difícil que seja, perseveramos. E o melhor disso tudo? nunca estamos sozinhos.

Por isso, neste momento, tenho o imenso prazer em agradecer a todos aqueles que fizeram parte desta etapa de minha vida. Todos aqueles que acreditaram que seria possível, mesmo quando o 'impossível' era tão próximo e tudo ainda não passava de um sonho distante diante de tantas barreiras.

Assim, reconheço e sou imensamente grata ao meu pai que sempre acredita em mim, sem medo de errar, deposita tudo que pode, para tornar reais os meus sonhos. Obrigada meu pai.

E tudo se torna completo, com amor infinito de minha mãe, o carinho, e principalmente a amizade, que torna nossa família assim, simples e incompreensível, mas eternamente leal uns aos outros. Às vezes somos um e muitas vezes somos três em um, meus irmãos queridos.

Meu querido marido Flávio, você é minha benção mais especial. Eu me fortaleço a cada dia ao seu lado. Obrigada por me acompanhar nesta jornada.

E claro, este trabalho nada seria, sem a confiança, o apoio, a compreensão, a dedicação e o carinho em mim dispensado de minha orientadora, Profa. Dra. Ana Maria Ferreira, que junto com o Prof. Dr. Carlos Costa acreditaram e possibilitaram que eu seguisse em frente. Meu carinho muito especial a Universidade de Aveiro.

Meus sinceros agradecimentos aos amigos, colegas de turma (especialmente Alexandra), e todas as pessoas que tornaram possível minhas pesquisas em campo, em especial ao Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luís e a Secretaria de Turismo do Município. Que este trabalho possa de alguma forma contribuir em novas pesquisas e estudos para nosso Centro Histórico.

Devo este trabalho ao apoio e contribuição de numerosas pessoas, correndo o risco de não referir muitos dos que contribuíram, de forma mais direta ou indireta, para a concretização deste estudo ao longo de dois anos. A todos sou grata.

palavras-chave

Patrimônio Cultural, Planejamento e Turismo.

resumo

O presente trabalho propõe-se em analisar uma nova estratégia que conduza a revitalização do Centro Histórico de São Luis do Maranhão, mediante a reestruturação da oferta turística existente e do desenvolvimento de novos produtos orientados de acordo com as novas tendências no âmbito do patrimônio Cultural e os novos dados relativos a oferta cultural.

keywords

Cultural Heritage, Planning and Tourism.

abstract

This study proposes to examine a new strategy in leading the revitalization of the Historic Center of São Luis in Maranhão, through the restructuring of existing tourism and the development of new products targeted under the new trends within the Cultural and Heritage the new data to offer culturally.

SUMÁRIO

Índice de Anexo.....	i
Lista de Figuras.....	ii
Lista de Quadros.....	iii
Lista de Gráficos.....	iv
Estrutura	v
 Introdução.....	 1
 1 Resumo Cultural.....	 3
1.1 Introdução.....	3
1.2 Considerações sobre o turismo Cultural, Globalização e Patrimônio.....	3
1.2.1 Efeitos Socioculturais do Turismo.....	10
1.3 Cultura Global.....	13
1.4 A evolução do turismo cultural e Patrimonial: questões sobre a preservação do patrimônio cultural	16
1.4.1 O patrimônio cultural na Europa e no Brasil	25
1.5 As indústrias Culturais e o turismo	28
1.5.1 A Economia da cultura no Brasil	35
1.6 Conclusão do Capítulo.....	38
 2 As novas tendências do Turismo Cultural.....	 40
2.1 Introdução	40
2.2 Novas Tendências do turismo	41
2.2.1 Tendências a nível Internacional.....	45
2.2.2 Tendências a nível Nacional	50
2.2.3 Panorama do Turismo no Maranhão.....	59
2.3 Tendências para o futuro do turismo cultural.....	66
2.4 O novo perfil do turista cultural	70
2.5 Conclusão do Capítulo.....	75
 3 Desenvolvimento e Gestão do Turismo em Centros Históricos.....	 76
3.1 Introdução.....	76
3.2 A importância da gestão estratégica e do planejamento Urbano.....	77
3.2.1 Planejamento estratégico Regional: uma perspectiva do Nordeste Brasileiro.....	83
3.3 A gestão do Patrimônio Histórico e Cultural.....	90
3.4 Considerações ao Planejamento e Gestão da oferta turística no Centro Histórico.....	96
3.5 Conclusão do Capítulo.....	100

4 Metodologias da Investigação.....	102
4.1 Introdução.....	102
4.2 O desenho da investigação e planeamento.....	103
4. 2. 1 O método de investigação.....	104
4.3 Modelo de análise utilizado.....	110
4.3.1 Objetivos da Revisão da Literatura.....	114
4.3.2 O problema e os objetivos da investigação.....	115
4.3.3 A seleção dos participantes e o processo de implementação da metodologia.....	118
4.3.4 A coleta, análise e interpretação dos dados.....	119
4.4 Conclusão do Capítulo.....	121
 5 O caso da oferta turística e cultural do Centro histórico de São Luis do Maranhão.....	 122
5.1 Introdução.....	122
5.2 Considerações Históricas sobre São Luis do Maranhão.....	123
5.2.1 A Evolução Urbana do Centro Histórico.....	124
5.2.2 Caracterização do Centro Histórico	137
5.2.3 Informações sobre o Título de Patrimônio Cultural da Humanidade da Unesco na cidade de São Luis.....	130
5.2.4 As Edificações características do Centro Histórico de São Luís.....	132
5.3 O Patrimônio e seu estado de conservação.....	135
5.3.1 Agentes Responsáveis pela Preservação e/ou Conservação.....	137
5.3.2 Programa de Preservação e revitalização do Centro Histórico de São Luis – PPRCH.....	139
5. 4 A Infra-estrutura e os Serviços Turísticos no Centro Histórico – O papel do Núcleo Gestor do Centro Histórico.....	142
5.5 Análise dos dados coletados.....	149
5.5.1 Análise da Gestão do Centro Histórico.....	153
5.5.2 Análise do questionário padronizado.....	157
5.5 Conclusão do Capítulo.....	160
 Conclusão Final.....	 162
Referências Bibliográficas.....	169
Relatório da Entrevista realizada ao Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis.....	175

ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Lista Cronológica das Cartas e Convenções Internacionais no domínio do Património ^(*)	Pág.29
Anexo 2 Estrutura das indústrias culturais.....	Pág.34
Anexo 3 Esquema do modelo de Planeamento Estratégico regional	Pág.83
Anexo 4 Processo de pesquisa em Turismo.....	Pág.107
Anexo 5 Entrevista ao Núcleo Gestor do centro Histórico.....	Pág.125
Anexo 6 Guia de entrevista padronizada aos principais órgãos do turismo do Centro Histórico.....	Pág.125

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 Recursos do turismo cultural.....	Pág.17
Figura 1.2 Diferentes aspectos do turismo cultural.....	Pág.21
Figura 1.3 O sistema do turismo cultural.....	Pág.24
Figura 2.1 O velho e novo Turismo.....	Pág.43
Figura 2.2 Solar Lilah Lisboa (Escola de Música do Estado) – Antes e Após as Intervenções.....	Pág.62
Figura 2.3 Estada do Maranhão e Pólos Turísticos.....	Pág.64
Figure 2.4 Turismos Culturais.....	Pág.72
Figura 3.1 Componentes a ter em conta no desenvolvimento de um plano ou estratégia no âmbito do turismo.....	Pág.81
Figura 3.2 Processo de planeamento turístico.....	Pág.83
Figura 3. 3Turismo e Regeneração Urbana.....	Pág.85
Figura 3.4 Prodetur- NE: Áreas definidas pelas estratégias turísticas dos estados.....	Pág.92
Figura 3.5 Agentes do património Cultural e do Turismo.....	Pág.98
Figura 3.6 Áreas Funcionais da Cidade Turística e Histórica.....	Pág.101
Figura 4.1 Modelo de inter-relação entre os componentes do sistema turístico.....	Pág.110
Figura 4.2 Modelo de análise utilizado.....	Pág.115
Figura 4.3 Modelo de investigação utilizado.....	Pág.117
Figura 4.4 Seleção dos Participantes.....	Pág.123
Figura 5.1 – Centro Histórico de São Luis Século XVIII.....	Pág.129
Figura 5.2 – Mapas do desenvolvimento do Centro Histórico de São Luis.....	Pág.131
Figura 5.3 Região do cais do porto inicial.....	Pág.132
Figura 5.4 Tipologias arquitetônicas do Centro Histórico de São Luís.....	Pág.132
Figura 5.5 Mapa 1640 registrado pelos holandeses e Traçado de 1640 sobre o atual.....	Pág.133
Figura 5.6 Edificações Características do Centro Histórico.....	Pág.135
Figura 5.7 O Reviver – visão aérea atual.....	Pág.140
Figura 5.8 Mapa da atual divisão por bairros no Centro histórico de São Luis.....	Pág.152
Figuras 5.9 Motivo das viagens realizadas pelos turistas que vistam São Luís.....	Pág.155
Figuras 5.10 Motivo e Fator decisório das viagens realizadas pelos turistas que vistam São Luís.....	Pág.155

LISTA DE QUADROS

Quadro 1.1 Impactos do Turismo na Regeneração Urbana.....	Pág.8
Quadro 1.2 Processo evolutivo na formação da identidade.....	Pág.15
Quadro 1.3 Tendências de evolução do Turismo Cultural.....	Pág.20
Quadro 2.1 Chegada de turistas Internacionais por região 2001 – 2005.....	Pág.46
Quadro 2.2 Evolução da Receita Turística por Região 2001-2005 (em bilhões US\$).....	Pág.49
Quadro 2.3 Chegada de turistas Internacionais (em milhões).....	Pág.51
Quadro 2.4 Entrada de turistas Estrangeiros no Brasil (número de turistas)....	Pág.52
Quadro 2.5 Características dos Turistas Estrangeiros e da Visitação.....	Pág.56
Quadro 2.6 Pólos Turísticos do Maranhão – Plano Maior (2000).....	Pág.63
Quadro 2.7 Motivo da viagem –2006.....	Pág.67
Quadro 2.8 Motivo Decisório da viagem (se a passeio) 2006.....	Pág.67
Quadro 2.9 Motivações de visitas ao patrimônio e a gestão de sítios.....	Pág.74
Quadro 3.1 Realidades e tendências da evolução da teoria e prática do planejamento.....	Pág.82
Quadro 3.2 Preparação de planos de desenvolvimento turístico nacional e regional.....	Pág.88
Quadro 3.3 Associações Existentes na Área de Planejamento.....	Pág.90
Quadro 3.4 Comparando a gestão do patrimônio cultural e o turismo.....	Pág.96
Quadro 4.1 Características dos diferentes tipos de entrevistas.....	Pág.113
Quadro 4.2 Vantagens e desvantagens das entrevistas.....	Pág.114
Quadro 4.3 Objetivo Geral e Específico.....	Pág.121
Quadro 5.1 Programas FUMTUR e SETUR.....	Pág.145
Quadro 5.2 Oferta Comercial do Comercial do Centro Histórico.....	Pág.147
Quadro 5.3 Principais atrativos Culturais do Centro histórico.....	Pág.150
Quadro 5.4 Usos atuais do Centro histórico de São Luis.....	Pág.153
Quadro 5.5 Avaliação dos atrativos turísticos: Patrimônio histórico/cultural.....	Pág.156
Quadro 5.6 Parceiros Institucionais do Núcleo Gestor do Centro Histórico.....	Pág.160

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1 Distribuição percentual do pessoal ocupado total e assalariado no setor cultural, segundo as faixas de pessoal ocupado - Brasil 2003 – 2005.....	Pág.36
Gráfico 2.1 Tendências de Mercado.....	Pág.44
Gráfico 2.2 Previsão de Chegada de turistas internacionais no mundo (em milhões).....	Pág.50
Gráfico 2.3 Principais mercados emissores.....	Pág.53
Gráfico 2.4 Entrada de Turistas no Brasil por via de acesso.....	Pág.54
Gráfico 2.5 Motivo principal da viagem em 2006.....	Pág.55
Gráfico 2.6 Desembarque Doméstico no Brasil (em milhões).....	Pág.58
Gráfico 2.7 Investimento Estrangeiro Direto – 1990 a 2007.....	Pág.59
Gráfico 2.8 Corrente Cambial Turística - 2003 a 2007.....	Pág.59
Gráfico 2.9 Conhecimento do Maranhão como Destino.....	Pág.66
Gráfico 2.10 Turistas segunda sua procedência.....	Pág.66

Estrutura

A construção deste ponto pretende abordar a estrutura geral do trabalho, que traz como tema: O Patrimônio Cultural como estratégia de reestruturação da oferta turística em Centros Históricos: O caso de São Luis. O trabalho foi organizado em cinco capítulos, sendo os três primeiros a base teórica da pesquisa, o quarto a apresentação metodológica e por fim, no capítulo cinco, a avaliação empírica de nosso estudo de caso. Antecedendo o primeiro capítulo apresentamos a introdução geral do estudo em questão.

O primeiro capítulo nos remete aos conceitos gerais da cultura, do turismo e do patrimônio e a relação que os estabelecem, que serviram de eixos fundamentais e estruturantes ao corpo teórico do trabalho. Este primeiro momento nos permite perceber a integração entre os conceitos do Turismo e do Patrimônio, aplicados à realidade em estudo, a inserção na globalização e os efeitos socioculturais, e a compatibilidade da realidade no Brasil, na Europa e no Mundo, finalizam o capítulo e servem de delimitação do objeto de estudo.

O segundo capítulo (As novas tendências do Turismo Cultural) pretende avaliar o turismo atual e sobre de que forma irá se desenvolver influenciado pela interação da cultura e do patrimônio, para que possamos compreender melhor os estudos realizados entorno das tendências, motivações e do futuro do turismo neste aspecto. Ainda que, na construção deste capítulo depara-se com uma bibliografia consideravelmente reduzida e recente, há a tentativa de compreender a produção cultural do turismo e seu consumo, sob perspectivas futuras. Ainda, sob uma perspectiva mais específica, tratamos de identificar em termos quantitativos as tendências do turismo a nível internacional e nacional e finalmente uma abordagem do panorama do turismo no Maranhão.

Com o terceiro capítulo, intitulado Desenvolvimento e Gestão do Turismo em Centros Históricos, relacionamos às questões significativas das formas de gestão e planejamento turístico inserido num contexto urbano, como forma de reestruturação e revitalização de áreas com potencial turístico. No primeiro momento nos preocupamos em entender a importância da gestão estratégica e do planejamento urbano, a atuação nos espaços urbanos, a nova postura profissional e política, envolvendo parcerias e compreendendo o organismo dinâmico que é a cidade. Tratamos de perceber também as perspectivas do

planejamento estratégico regional, numa visão alargada da região do Nordeste do Brasil. E finalmente, levou-nos a criar os pontos relativos à Gestão do Patrimônio Histórico e Cultural, enfatizando a reestruturação da oferta turística, e mais precisamente perceber o planejamento e a gestão da oferta turística em Centros Históricos.

Para a construção do capítulo que refere-se a metodologia da pesquisa (quarto capítulo), foi o momento em que demonstrou-se de onde surgiram nossas inquietações, que gerou o problema de nossa pesquisa. Portanto, traçar o percurso metodológico foi fundamental para delimitarmos o foco de nosso estudo. Desta forma, fizemos o desenho da investigação, seu planejamento, e método utilizado. Com o modelo de análise utilizado, pode-se definir o que queríamos com o seguinte problema da investigação colocando em questão os objetivos propostos. Por fim, delineamos a seleção dos participantes, o processo de implementação da metodologia e a coleta, análise e interpretação dos dados.

Finalmente, o último capítulo responde ao problema da investigação estabelecida, a partir dos resultados da investigação prática desenvolvida. Tem início com uma breve contextualização histórica, e seu processo de desenvolvimento, o estado de conservação e em quais momentos foram estabelecidas mudanças em seu processo de reestruturação e inserção do título de Patrimônio Mundial da Humanidade. No último ponto do capítulo, encerra-se a análise empírica fundamentada para a resposta ao problema de investigação: *É possível criar uma nova estratégia que conduza a revitalização do Centro Histórico de São Luís do Maranhão mediante a reestruturação da oferta existente e do desenvolvimento de novos produtos turísticos, orientados de acordo com as tendências do turismo cultural e Patrimonial?*

Na conclusão geral são sintetizadas e enunciadas as principais conclusões sobre as tendências de investigação dos conceitos de suporte ao trabalho, privilegiando-se aquelas referentes à abordagem metodológica utilizada. Na última parte do trabalho temos a apresentação das referências bibliográficas e anexos.

Introdução

O estudo do turismo é essencial, não apenas por ser hoje um das atividades mais significativas da Economia Mundial, mas por constituir uma atividade extremamente complexa. Deve proporcionar incentivos de preservação ao ambiente natural, restaurar monumentos culturais e preservar culturas, tudo isso, possibilitando a prática natural do turismo. Esta atividade deve servir como instrumento “regenerador do meio e da cultura”. O recente interesse do turista em aceder respeitosamente a estes valores, deve mover o setor não só na sua conservação e manutenção, mas também no seu fomento, servindo de base para construção de futuros produtos e destinos turísticos.

Em termos gerais, o que pretendemos avaliar é o potencial estratégico de desenvolvimento do produto 'patrimônio cultural' no centro Histórico de São Luís do Maranhão, através de uma abordagem pela oferta, discutindo oportunidades, ameaças e estratégias que se possam constituir entre o Turismo a Cultura, e o Patrimônio. Para além da descrição da situação atual do produto, estabelecemos como fundamental o levantamento de um modelo de gestão e planeamento utilizado para o centro histórico, reconhecendo também como relevante a compreensão da rede de relações que se estabelecem entre os diferentes agentes da oferta.

A avaliação do Centro Histórico de São Luís, Cidade Patrimônio Cultural da Humanidade nos permite perceber se a mesma está exercendo a função atrativa e ao mesmo tempo desempenhando um papel social e económico, ao motivar os núcleos emissores no consumo e produção de bens e serviços turísticos. De forma paralela, avaliamos algumas formas em que a cultura e o património se inseridos numa gestão atuante podem juntamente com o turismo gerar benefícios.

O tema escolhido está focalizado na reestruturação e consecutiva regeneração de centros históricos, em termos espaciais, abrange uma área muito restrita da cidade, contudo, há necessidade de interação por parte de todos os responsáveis, inclusive da comunidade local, pois se interligam da forma mais evidente.

A principal questão torna-se: como o Centro Histórico de São Luís do Maranhão, uma vez intitulado como Patrimônio Mundial da Humanidade, não consegue tornar-se referência decisiva enquanto atrativo da cidade? Além de todo contributo cultural que dispõe em

forma de possíveis atividades turísticas. Portanto, por que outras cidades brasileiras que também possui este título conseguem ser mais atrativas?

Unir as vertentes do Turismo, cultura e Patrimônio são fundamentais a fim de possibilitar experiências únicas e diferentes; experiências que possibilitem aprendizagem, autenticidade, e um sentimento de pertença e de lugar. O turismo cultural é notavelmente crescente, bem como, o interesse por este. Apesar, de ainda não se constituir maior que outros segmentos do turismo, sua força tem o tornado essencial.

Cada lugar é único e possui sua atratividade específica em função de todo contexto que está enraizada culturalmente. Desta forma o turismo pode torna-se oportunidade no seu sentido mais amplo, além possibilitar as organizações culturais e patrimoniais atraírem mais visitantes e aumentarem as suas receitas, para fazer em face de custos de manutenção, conservação e restauro.

1 - Resumo Cultural

1.1 - Introdução

A nossa investigação caracteriza-se em estudar o turismo, seus fundamentos teóricos e conceitos, sobretudo, estratégias compostas de acordo com um modelo de planejamento e gestão da oferta turística em Centros Históricos que conduzam a sua revitalização. Descrever as características dos vários agentes responsáveis pelo turismo, cultura e Patrimônio (com ênfase regional e local) e a relação estabelecidas entre si, formam a base teórica deste projeto.

Neste primeiro capítulo abordar-se-ão os conceitos gerais da cultura, do turismo e do patrimônio e a relação que os estabelecem, servirão de eixos fundamentais e estruturantes ao corpo teórico do trabalho. Ao compor os temas neste capítulo, vale ressaltar que com o estudo do turismo pretende-se explorar uma análise da oferta existente em Centros Históricos e do desenvolvimento de produtos turísticos orientados de acordo com as novas tendências do turismo cultural. Para tal, a elaboração de um modelo de gestão e planejamento da oferta turística em Centros Históricos e estratégias de estruturação serão reconhecidas como necessárias e fundamentais.

O desenvolvimento da temática no ponto 1.2 explora os conceitos sobre o turismo de forma global que dará sustentação aos demais eixos do tema. O ponto 1.3 traz a noção sobre cultura e turismo cultural, para maior entendimento nas suas relações.

Seguindo, o ponto 1.4 traz a evolução do turismo cultural e patrimonial, e como este último se insere no contexto cultural e do turismo. Por último, o patrimônio cultural será analisado nas principais regiões de interesse deste estudo com “visões” nacionais (Brasil), européias e mundiais que trará elementos relevantes e fundamentais da oferta turística de Centros Históricos.

1.2 - Considerações sobre o turismo Cultural, Globalização e Patrimônio.

Este ponto tem por objetivo fazer uma breve abordagem ao sector turístico, seus conceitos, seu funcionamento, assim como, evidenciar as particularidades e formas de relacionamento que o produto cultural assume no Turismo.

Na busca de um delineamento teórico capaz de gerar objetivos claros, é pertinente que, aproximemos os domínios conceituais concernentes ao turismo cultural e patrimonial, bem como, seu desenvolvimento. Estes domínios emolduram uma perspectiva renovada de enfrentamento dos desafios contemporâneos e ocupam as agendas de diversos setores, desde a área governamental, empresas, organizações do terceiro setor e mundo acadêmico.

O turismo atual é um fenômeno peculiar do século XX que passou por várias transformações sócio-econômicas que se processaram no mundo todo. Cresceu significativamente tanto em termos econômicos quanto sociais. Considerada uma das principais atividades econômicas, afirma o professor John Naisbett (1994), da Universidade de Cambridge, “o turismo é a mais promissora atividade do mundo. Ela é alimentada pelo progresso das telecomunicações, tem a força que está ensejando à imensa economia global e capacitando seu poder multiplicador”. Foi definida (ou redefinido) de modos variados por órgãos governamentais e por acadêmicos com uma área relacionada à economia, sociologia, antropologia cultural e geografia, onde cada um envolve e aprofunda o assunto de acordo com suas necessidades.

A Organização das Nações Unidas e a Organização Mundial de Turismo (ONU/OMT) após a Conferência Internacional de Estatísticas sobre Viagens e Turismo em 1991, chegou a uma das principais conclusões contidas nas resoluções da conferência onde recomendava que o turismo fosse definido como:

“As atividades de uma pessoa que viaja para fora de seu ambiente costumeiro por um período de tempo inferior ao especificado e cujo principal objetivo é outro que não o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado”.

Entende-se que o turismo é uma atividade situada no setor terciário de produção e tem como principal característica a prestação de serviço e, utiliza-se dos demais setores produtivos que são responsáveis pelo seu funcionamento. A atividade turística possui relações próprias que integram todos os setores produtivos, caracterizando-se como um sistema (Batista, 2003, p. 18).

Stephen e Wanhil (2000, p.p. 355) consideram que, “na maioria dos países, o desenvolvimento do turismo é uma atividade realizada em parceria entre setores privado

e público. A maneira como é delineada essa parceria depende das orientações política, econômica e social de cada país”. Nota-se a importância do desenvolvimento do turismo bem-sucedido onde exista uma parceria entre os vários participantes da atividade turística, que seja capaz de satisfazer às exigências e proporcionar a satisfação do visitante.

O fenômeno turístico ou atividade turística tem um aspecto social tão importante quanto o desenvolvimento econômico, isto é, a possibilidade de expansão do ser humano, seja pelo divertimento, seja pela possibilidade de conhecer novas culturas ou de enriquecer conhecimentos por meio de viagens. É uma atividade que deve ser fomentada por políticas públicas, não só como fonte de divisas, mas também como saudável prática do lazer (Barreto 1991, p.44).

Os locais de turismo, por sua vez, criam possibilidades para a revitalização da identidade cultural, da preservação dos bens culturais e das mais ricas tradições. Em suma, as atividades turísticas geram mecanismos de sustentabilidade e espaços propícios às expressões culturais. Como o exemplo, os museus e casas de culturas existentes no centro histórico de São Luís do Maranhão, instalados em casarões “tombados¹” pela UNESCO como Patrimônio Cultural da Humanidade o que possibilita um apelo promocional reforçado, a divulgação do local físico (casarão histórico) e um espaço dedicado à disseminação da cultura local através do conhecimento das tradições das comunidades locais.

A contemplação de um espaço quando enriquecida de contextos históricos e sociais proporciona um olhar diferente que remete a indagações e, mais adiante, à compreensão. Este acesso a conhecimentos provoca também reflexões. Para entendimento de um fato histórico são necessários não apenas datas, mas esclarecimentos sobre os aspectos geográficos, sociais e econômicos. É uma forma de estudar o homem e sua morada, expandindo o raciocínio além do bairro, da cidade e levando ao contexto mundial.

¹ O tombamento é um ato administrativo realizado pelo Poder Público com o objetivo de preservar, por intermédio da aplicação de legislação específica, bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e também de valor afetivo para a população, impedindo que venham a ser destruídos ou descaracterizados ("Tombamento e Participação Popular" do Departamento do Patrimônio Histórico, do município de São Paulo).

Analisando o turismo segundo o critério da motivação, aparece uma quase infinita variedade de possibilidades, que podem ser agrupadas em duas grandes divisões, o turismo motivado pela busca de atrativos naturais e o turismo motivado pela busca de atrativos culturais. Assim, entende-se por 'turismo cultural' todo o turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum aspecto da cultura humana. De acordo com a Organização Mundial de Turismo, *o turismo cultural seria caracterizado pela procura por estudos, cultura, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações* (Barreto, 2000, p.p. 19 - 20).

A Organização Norte-Americana de Defesa do Patrimônio Cultural - National Trust for Historic Preservation (1995), define o turismo cultural, do ponto de vista da procura, como “a prática de viajar para experimentar atrações históricas e culturais com o fim de aprender sobre o passado de uma região ou um país, de uma maneira divertida e informativa”. Nessa definição o que se sublinha é uma visão historicista do turismo cultural, definido como um olhar experimental sobre o passado. Num ponto de vista mais crítico, sabemos que o turismo cultural produz, vende e consome também o “presente” (RICHARDS apud PÉREZ, 2005, p. 7). É partir do presente que atribuímos valores aos legados culturais.

Não existe uma definição de Turismo Cultural aceite de forma total e alargada. Grande parte das definições peca ou por ser excessivamente abrangentes, ou demasiados restritivos, para que possam tornar-se conceitos operacionais. Greg Richards (1993) reconhece esta dificuldade de definição do Turismo Cultural que baseia não só na sua amplitude, mas também no fato, do conceito de Cultura adotar vários significados (v. ponto 1.2 sobre a evolução do turismo cultural e patrimonial) (Rodrigues, 2003).

De acordo com o sociólogo britânico John Urry (1990), vivemos numa sociedade pós-moderna na qual há uma tendência para a nostalgia, que se manifesta também numa atração nostálgica pelo patrimônio cultural, enquanto representação simbólica da cultura, sendo esta uma das motivações mais fortes para a prática do turismo cultural.

Os turistas, por sua vez, também têm sido estudados pela sociologia e enquadrados em tipologias. A sociologia europeia começou, já na década de 80, a detectar mudanças no perfil dos turistas norte-americanos que visitavam a Europa, percebendo um crescente

número de pessoas que procuravam enriquecer sua bagagem educativa em cada viagem. Em 1990, tais turistas tinham as seguintes prioridades: 88% compreender a cultura; 73% ver belezas naturais; 72% perceber novas perspectivas de vida; 57% visitar um novo lugar. Essa procura por cultura tem levado, de um lado, a um crescimento do turismo urbano², e dentro deste, a uma procura por turismo histórico, artístico e cultural (Barreto, 2000, p.p. 21 – 23).

No Brasil, principalmente a partir dos anos 90, o segmento turístico vem buscando novas opções para despertar o interesse dos visitantes que se apresentam cada vez mais bem informados. Em várias regiões do país nota-se a preocupação das esferas administrativas públicas e privadas, assim como da sociedade civil, na busca em sensibilizar a população sobre a importância de sua participação no processo de divulgação e consumo de cada patrimônio. Essa inserção da comunidade nesse processo dar-se-ia pela necessidade de interação com os visitantes (Dias, 2005).

A necessidade de se segmentar o mercado e conhecer as motivações dos turistas faz com que os mercados turísticos englobem ou excluam outros, justamente para que se tenham novos nichos de mercado, movimentando assim, mais atividades produtivas. O turismo é um dos setores mais globalizados que existe, perdendo apenas para o setor de serviços financeiros. A globalização do turismo é resultante principalmente dos seguintes fatores: aumento da liberalização do comércio mundial; incorporação de novas tecnologias como a informática e as telecomunicações; integração horizontal e vertical das empresas de turismo; da difusão territorial do consumo e flexibilidade do trabalho nos diversos setores produtivos, incluindo o próprio setor de turismo.

Segundo Beni (1998, p.14) a globalização é a aceleração das trocas de bens de serviços, das informações, das viagens internacionais e do intercâmbio cultural; é ainda a intensificação da interdependência das nações em função do enorme fluxo de comércio e de capitais, o que vai determinar o surgimento de mercados comuns.

Na atualidade, quando o processo de globalização atinge todas as atividades humanas, a valorização da cultura surge como uma forma de diferenciação, aspecto fundamental na qualidade do produto turístico. Cada vez mais o tempo disponível para a prática do lazer é preenchido por novas atividades econômicas, como a do turismo, que na tentativa de

² Tendências que também já se observa em algumas capitais da América Latina.

acompanhar o desenvolvimento e as necessidades de consumo acaba por transformar muitas vezes tudo que relaciona em mercadorias de consumo. Também é uma atividade que pode servir de veículo para a valorização das culturas, contribuindo em grande medida para a difusão mundial. A atividade também pode propiciar uma conscientização dos indivíduos para a necessidade de se conservar e valorizar os bens culturais de determinado local receptor.

O turismo há de transformasse em instrumento regenerador do meio e da cultura. O recente interesse do turista em aceder respeitosamente a estes valores deve mover o setor não só na sua conservação e manutenção, mas também no seu fomento, servindo de base para construção de futuros produtos e destinos turísticos. Para Ferreira, 2000, é fundamental considerar os impactos causados pelo turismo na regeneração urbano:

Quadros 1.1 - Impactos do Turismo na Regeneração Urbana

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> • As cidades são destinos turísticos “naturais”. • O turismo é muitas vezes complementar das outras funções, como centro de serviços, local de encontro e sede do governo. • A força de trabalho é local. • O turismo é uma atividade relativamente “limpa”, quando comparado com as tradicionais atividades industriais (produtiva e extrativa). • Ajuda a diversificar a economia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Os preços dos terrenos podem ser forçados a subir. • Os salários podem subir. • Desenvolve uma procura excessiva, se não forem tomadas medidas cautelares. • Os espaços passam a ser muito disputados ficando por vezes como que a prêmio. • As lojas para turistas, podem ser mais rentáveis, pelo que a oferta tradicional, para satisfazer as necessidades locais, tende a desaparecer.

Fonte: (Goodfrey e Clarke, 2000, pp. 22; LGA, 2001, pp.1-2), por Ferreira, 2000.

O turista busca conhecer novos elementos e características diferenciadas de cultura, através desta exigência o mercado teve necessidade de transformar a cultura em matéria prima para a criação de um produto turístico comercial, através de um planejamento e elaboração da promoção do destino desejado pelo visitante. Para Maget (1962) turismo é uma excelente forma de afirmação cultural e através dele há preocupação de se manter certa identidade local ou regional. O tradicional e o moderno caminham de "mãos dadas", num mundo que se auto denomina cada vez mais como global, único mesmo quando as distâncias compreendem milhares de quilômetros e são marcadas principalmente por elementos culturais, sendo eles físicos, morais ou psicológicos.

O turismo como fenômeno integrado na vida social, quer de caráter interno ou externo permite um intercâmbio cultural, pela troca de conhecimentos e costumes “que enriquecem e globalizam nossa sociedade” (Ramalho, 2005).

Por sua vez, o ‘turismo com base no legado cultural’³ é aquele que tem como principal atrativo o patrimônio cultural. Apesar de existir, o temor de que o turismo de massas prejudique a integridade do patrimônio, o turismo que tem como principal atrativo a oferta cultural histórica tem contribuído para manter prédios, bairros e até cidades, evitando que sejam substituídos por novas formas arquitetônicas (v.cap. 3 Planejamento e Gestão da oferta turística em centros históricos). A recriação dos espaços revitalizados, se bem realizada, apóia-se na memória coletiva e, ao mesmo tempo, estimula-a, já que ela é o motor fundamental para desencadear o processo de identificação do cidadão com sua história e cultura (Barreto, 2000).

Todo esse processo que envolve questões de uso e modificação do espaço, da paisagem, levando à produção de uma nova ordem espacial, com transformações no valor do solo urbano. A rigor, é esta a dinâmica e à lógica do turismo, nos fluxos do capital. Essa dimensão sócia espacial está intimamente relacionada à mobilização de fluxos populacionais e às relações sociais decorrentes. As tendências internacionais, regionais e locais do turismo, resultam do processo de reestruturação econômica e social da sociedade contemporânea que refletem sobre a procura e a oferta dos produtos associados ao Patrimônio Cultural pelo turismo.

No que diz respeito aos diferentes tipos de Patrimônio Cultural, a mesma afirmação que se faz em relação à Cultura (*tudo é Cultura*) pode ser feita em relação ao Patrimônio. Audrerie (1997) salienta no Patrimônio do futuro dois fatores: o caráter econômico associado à noção de Patrimônio e a dimensão mundial desse Patrimônio, que mobiliza um número cada vez superior de ‘atores’ (agentes e participantes) (Rodrigues, 2003).

³ Na língua inglesa, existe a possibilidade de ampliar o conceito de turismo histórico para a expressão *heritage based tourism*, traduzido como turismo com base no legado cultural.

1.2.1 Efeitos Socioculturais do Turismo

Geralmente os impactos socioculturais do turismo ocorrem de maneira vagarosa e discreta com o passar dos tempos, são também em grande parte invisíveis e intangíveis. Contudo, o impacto social do turismo em sua grande maioria é permanente, com pouca ou nenhuma oportunidade de reverter às mudanças uma vez ocorridas.

Adotando uma visão ampla dos aspectos sociais do turismo, precisamos reconhecer que todos os que investem no turismo tem tanto direitos quanto responsabilidades que precisam ser identificadas, onde qualquer discussão de tais questões no turismo deve tornar-se mais “política”, refletindo a natureza abertamente política do planejamento e desenvolvimento do turismo.

Os estudos voltados para a análise dos efeitos do turismo sobre os valores socioculturais têm origem recente e, embora não seja possível fazer generalizações, deve-se dizer que, até o presente momento, estes estudos demonstram que efetivamente o desenvolvimento da atividade pode dar origem a mudanças significativas na estrutura social, assim como nos padrões culturais da comunidade receptora (Acerenza, 2002, p. 134).

Mathieson e Wall, Picornell, Pierce, Murphy, McIntosh, de Kadt e Jafari são apenas alguns dos autores que, nos últimos 20 anos, têm estudado os impactos negativos do turismo e advertindo-nos de que seu crescimento desordenado e a falta de conhecimento sobre os problemas que poderia acarretar no futuro, próximo ou distante, acabaram provocando danos às vezes irreparáveis ao meio ambiente natural e às culturas (Barreto, 2000, p.p. 30).

A observação comum a respeito dos impactos culturais é que o turismo reduz os povos a sua cultura de objetos de consumo e ocasiona desajustes na sociedade receptora (Idem). Muitos são os autores que relatam episódios sobre grandes impactos do turismo na sociedade, ocasionando mudanças radicais em determinadas áreas, porém essa reflexão não deve ser generalizada há exemplos de culturas muito enraizadas que não têm sido atingidas da mesma forma pelo turismo, muito pelo contrário, têm se fortalecido.

Mesmo autores que criticam o turismo por seus aspectos predatórios, admitem, já nas últimas décadas, que o turismo possa estimular a existência e a reabilitação de sítios históricos, construções e monumentos, por meio de sua transformação em recurso recreacional, e também propiciar a revitalização de atividades tradicionais de áreas em declínio.

Portanto, não podemos focalizar apenas os efeitos negativos do turismo sobre a sociedade local e sua cultura, pois é importante reconhecer que os efeitos também podem ser positivos. Existe um grande número de fatores que determinam se o resultado dos impactos socioculturais será positivo ou negativo num local específico, dentre eles (Swarbrooke, 2000 p.p.112):

- *A força e coerência da sociedade e da cultura local.*
- *A natureza do turismo na localidade.*
- *O grau de desenvolvimento econômico e social da população local em relação aos turistas.*
- *As medidas tomadas se forem o caso, pelo setor público para administrar o turismo de modo a minimizar seus custos socioculturais.*

Há uma tradição em considerar os impactos socioculturais como efeito combinado, por causa da dificuldade de distinguir os impactos sociológicos dos culturais. Essa distinção também é um pouco artificial, dado o fato de que os efeitos sociológicos e culturais em muito se sobrepõem. Há também uma tradição de examinar os impactos socioculturais puramente em termos do contato que acontece entre as populações anfitriã e visitante, porém esta abordagem é muito limitada.

Sabemos que no mundo existem grandes diferenças culturais, que ocorrem entre países ou diferentes regiões do mesmo país, onde, estas diferenças podem ser um dos principais estimulantes do mercado turístico.

Dogam, 1997 a esse respeito, oferece uma análise interessante em que mostra que as reações das comunidades anfitriãs ao fluxo de turistas e as mudanças decorrentes dos turistas tem sido bem diversas indo de uma resistência ativa até a aceitação plena e mesmo a adoção dos padrões culturais dos turistas. Afirma ainda, que a escolha de estratégias, deliberada ou não, para lidar com as mudanças depende da natureza das

características socioculturais da comunidade anfitriã e da magnitude das próprias mudanças. Sua conclusão é que mesmo se uma comunidade antes homogênea adotar uma determinada reação ao turismo, com o tempo acabará havendo grupos com respostas diferentes à expansão turística.

Lage and Milone, (2000:127) consideram que ocorrendo ou não, o fato do turismo servir para modificar valores de uma sociedade e sendo ou não estas modificações benéficas para a sociedade, não pode haver dúvida de que o impacto socioeconômico do turismo frequentemente traz profundas modificações na estrutura da sociedade do país receptor - anfitrião.

O turismo pode contribuir para, a geração de empregos produtivos, que pode ser considerado tanto um fator econômico quanto social, pois gera desenvolvimento das empresas turísticas em toda sua gama e modalidades, fortalecendo as unidades produtoras do “setor”. Contribui também para o descanso e o esparterimento da população, no qual o desenvolvimento interno dessa atividade estimula as viagens dentro dos estratos sociais, por meio do desenvolvimento do denominado turismo social. O turismo também possui contribuições no campo cultural, através da proteção do patrimônio histórico-cultural e a melhoria do nível educacional da população.

Contudo, é evidente que o turismo tem um grande número de custos sociais e culturais em potencial. Entretanto, enquanto pode ajudar a reconhecer e promover culturas distintas pode também alterar ou distorcer padrões culturais no processo de crescimento.

Diante da fragilidade da estrutura econômica de nosso país, em que a pobreza e miséria compõem parte significativa do quadro social, o turismo tem sido visto como alternativa viável em busca do desenvolvimento e da superação dessas deficiências. O imediatismo que tem caracterizado o desenvolvimento da atividade, porém, compromete os resultados ao longo do processo, inibindo a maximização de benefícios e levando aos impactos negativos.

1.3 - Cultura Global

A cultura engloba tanto aspectos materiais como não-materiais e se encarna na realidade empírica da existência cotidiana. Pensar a realidade mundial a partir da problemática cultural não é simples, pois a herança intelectual tende a ressaltar os aspectos específicos de cada cultura.

Nosso interesse neste capítulo é compreender o universo da cultura e como normalmente se tem denominado usos e funções culturais. Numa primeira aproximação conceitual, recorreremos a Meneses apud Yazigi (1999, p.89) que assim determina a cultura:

[...] cultura é uma condição de produção e reprodução da sociedade.

Para a temática em questão interessará fazer uma breve referência a respeito da cultura global e algumas referências baseadas na cultura local associado ao processo de globalização e mundialização da cultura.

A cultura é vista como um sistema não problemático e integrado de valores comuns (Featherstone apud Fortuna, 1997). A cultura é constitutiva da ação humana: seu fundamento simbólico está sempre presente em qualquer prática social. Entretanto, no decorrer da história, processos colonialistas, imperialistas e expansionistas geraram concentrações de poder econômico e político produzindo variadas dinâmicas de subordinação e exclusão cultural. Na atualidade, como reações a esse processo de homogeneização cultural induzida em âmbito local e mundial, surgem iniciativas voltadas para a proteção, valorização e afirmação da diversidade cultural da humanidade. Tal perspectiva pressupõe maior responsabilidade do Estado na valorização do patrimônio material e imaterial de cada nação. (Plano Nacional de Cultura do Brasil, p.p. 27).

Dependendo de seus contextos de uso, o termo cultura pode adquirir os sentidos de educação, civilidade, personalidade, identidade, associados a outros conceitos. Segundo Carvalho (2004, p.1), a cultura é um processo de construção de um conjunto de códigos dos grupos humanos de como pensar, classificar, agir e interagir com o mundo. Esses códigos que constituem a cultura são aprendidos e transmitidos pelos indivíduos no âmbito de processos sociais agindo em um mesmo plano do comportamento e

expressões observáveis desses mesmos indivíduos. Nesse sentido, o termo cultura compreende os modos de ação social.

Cultura é uma dimensão do processo social, da vida de uma sociedade. Não é estanque ou estável. É mutável e se vale das mais variadas formas de expressão humana (TRIGO, 1996). O autor acredita em uma sociedade onde a educação tornou-se permanente e a cultura permeia praticamente todas as atividades, inclusive o lazer e o turismo sendo, a cultura o processo pelo qual o homem acumula as experiências que vai sendo capaz de realizar.

Todas as ações por meio das quais os povos expressam seu modo específico de ser, constituem a sua cultura, que vai ao longo do tempo adquirindo formas e expressões diferentes. A cultura é um processo eminentemente dinâmico, transmitido de geração em geração, que se aprende com os ancestrais e se cria e recria no cotidiano do presente, na solução dos pequenos e grandes problemas que cada sociedade ou indivíduo enfrentam. Neste processo dinâmico de socialização, em que se aprende a fazer parte de um grupo social, o indivíduo constrói a própria identidade.

Reconhecer que todos os povos produzem cultura e que cada um tem uma forma diferente de se expressar é aceitar a diversidade cultural. Esse conceito nos permite ter uma visão mais ampla do processo histórico, reconhecendo que não existem culturas mais importantes do que outras. As diversidades culturais regionais contribuem para a formação da identidade do cidadão, incorporando-se ao processo de formação do indivíduo e lhe permitindo reconhecer o passado, compreender o presente e agir sobre ele.

No processo de construção de identidades culturais destacam-se os fatos ou bens no sentido de concretizar e expressar o que se considera mais representativo dentre visões de mundo e modos de vida de cada um. É necessário perceber o processo evolutivo no qual o homem vem vivenciando a formação de sua identidade.

Quadro 1.2 – Processo evolutivo na formação da identidade

Período	Características
Em épocas pretéritas, antes da constituição dos estados nacionais em sociedades do presente ainda não incorporadas ao processo da (chamada) civilização ocidental, a questão da identidade está bastante clara.	As pessoas pertencem a um clã, a uma tribo, a classe dos servos ou a uma casta. A pessoa nasce, vive e morre tendo a certeza de qual é seu grupo de pertença. Corresponde a essa situação a visão da identidade como algo essencial e fixo, uma característica humana imutável.
Na modernidade, a identidade passa a ser mais flexível, sujeita as mudanças e inovações e depende em grande parte da relação com os outros.	A identidade se manifesta na pertença a determinados grupos (religiosos, políticos) ou a papéis (ser mãe, ser professor), as pessoas passam a perceber que a identidade é uma construção social e que pode ser mudada.
Na pós-modernidade, assiste-se um processo de fragmentação.	O sujeito pós-moderno possui múltiplas identidades, que coexistem e se manifestam em razão de fatores diversos, externos ou internos a ela; A matriz contemporânea é a de um sujeito que reage e se comporta de formas diferentes em circunstâncias e grupos diferentes.

Fonte: elaboração própria através de Barreto, 2000 (p.p. 44- 45).

Deste modo, Featherstone critica, a separação das culturas no espaço vista como conducente a uma ainda maior separação no tempo. Esta idéia da existência de um destino histórico tem sido fortemente criticada pelas chamadas teorias pós-modernas. Por exemplo, a pós-modernidade não deve ser encarada como uma nova época, como uma nova fase de desenvolvimento posterior a modernidade, mas como a consciencialização da fragilidade das premissas que esta última se baseou. A cultura é, assim, vista como sistema não problemático e integrado de valores comuns (Featherstone, 2000 p.p. 85).

Porém, neste aspecto a cultura não deve ser vista apenas como produção material cultural ou como aquela que nos identifica como grupos de pessoas com valores compartilhados, mas como uma cultura que interage com toda uma série de setores que permeiam a nossa existência - turismo, economia, sociedade, meio ambiente. É fundamental reconhecer a cultura em sua forma mais ampla, multifacetada e insubstituível, porque é essa riqueza de traços que faz dela o centro do desenvolvimento econômico de uma cidade, região ou país:

- *Cultura como fator de consolidação de identidade;*
- *Cultura como fator de divulgação da imagem, regional e internacionalmente;*
- *Cultura como fator de aglutinação de comunidades e grupos;*

- *Cultura como fator de educação e inclusão social;*
- *Cultura como fator de promoção da diversidade;*
- *Cultura como fator de geração da mola propulsora da economia: criatividade e inovação;*
- *Cultura como fator de atração de mão-de-obra qualificada;*
- *Cultura como fator gerador de renda, emprego, impostos, infra-estrutura e riqueza;*
- *Cultura como fator de regeneração de uma região.*

Estes e tantos outros benefícios podem ser gerados. Mais do que um discurso que soa correto, há uma infinidade de exemplos práticos de iniciativas internacionais extremamente bem-sucedidos, para cada um dos tópicos acima. Exemplos que poderão ser visto no decorrer deste trabalho.

É certo que a cultura tem se convertido em “recurso”, “produto”, “experiência” e “mais valia”, numa perspectiva humanista que podemos encontrar várias definições do que se entende e se pode entender como turismo cultural. Tudo isso dar lugar ao estudo de como essas novas forças podem alterar e impulsionar a atratividade de zonas históricas. Neste sentido, partiremos do princípio que a reabilitação destas áreas traz oportunidades na motivação da escolha destes destinos, sendo considerado como importante fator na revitalização destas áreas.

Tal oportunidade significa tirar partido do pluralismo cultural como resposta coletiva para a reversão da tendência em curso, através da revalorização do patrimônio, como núcleo de resistência e refúgio da identidade, mas também como possibilidade de inserção do local, do regional, do nacional, no global (Ramalho filho, 2005).

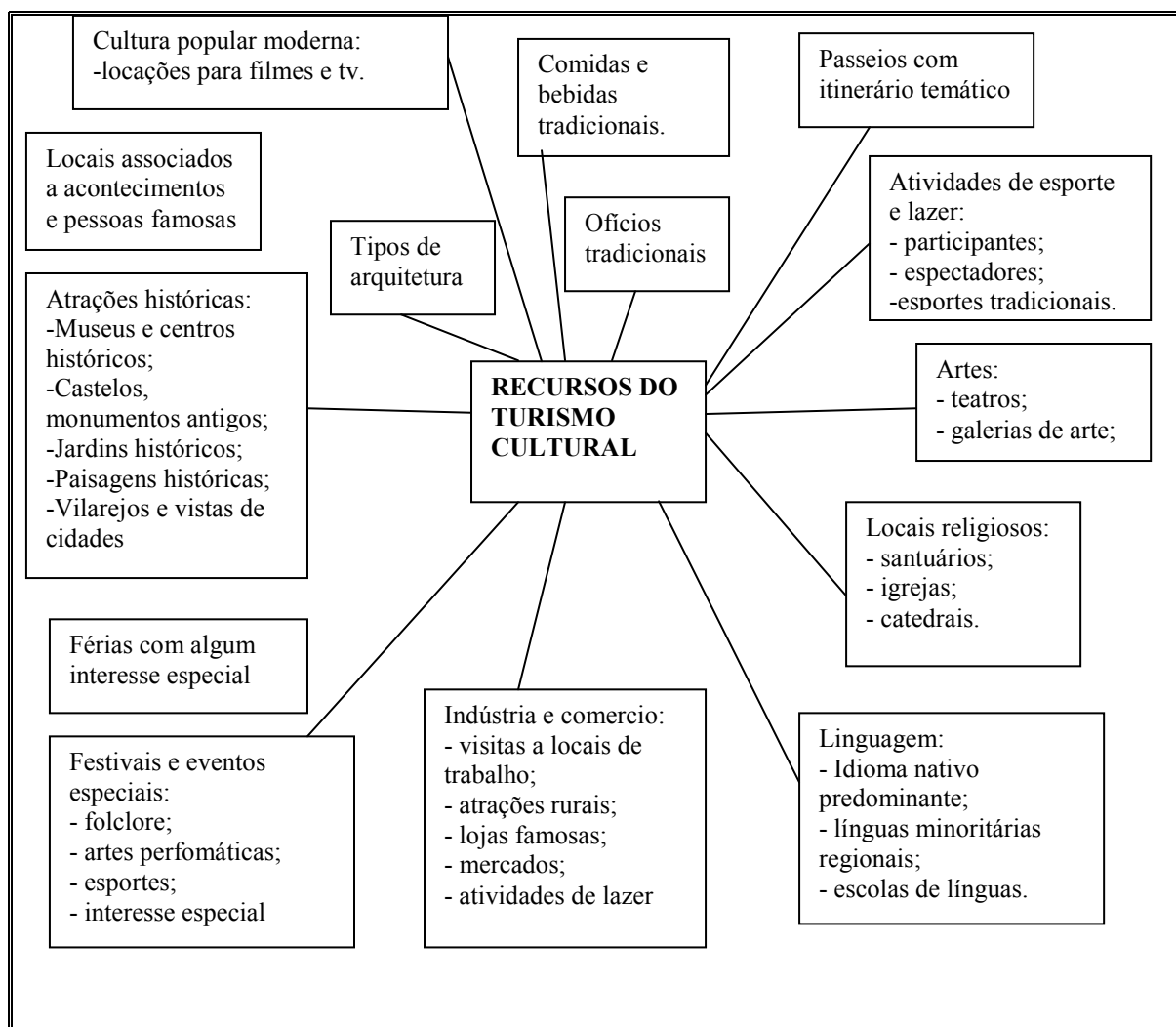
1.4 - A evolução do turismo cultural e Patrimonial: questões sobre a preservação do patrimônio cultural

Através do conhecimento e valorização do patrimônio cultural, não apenas o passado é recuperado, mas também são exaltadas todas as atividades e expressões que se possam converter em um instrumento ao serviço do fortalecimento da identidade de uma comunidade.

O turismo cultural é uma forma de turismo que tem por objeto central o conhecimento de monumentos, sítios históricos e artísticos ou qualquer elemento do patrimônio cultural. Exerce um efeito positivo sobre estes porque contribui para a sua conservação, mas também corre riscos de provocar efeitos negativos que devem ser evitados por meio da educação e de medidas que possibilitem uma associação da comunidade receptora com a atividade turística como ações de responsabilidade social (ver cap. 1.2.1 efeitos socioculturais do turismo).

Em primeiro lugar, contudo, é preciso definir o que se quer dizer com “turismo cultural”. O turismo cultural tem múltiplas facetas (Swarbrooke, 2000), como podemos observar na figura 1.4.1 os principais tipos de recursos do turismo cultural.

Figura 1.1 - recursos do turismo cultural



Fonte: Swarbrooke, 2000 p.p.36

A *carta do Turismo Cultural*, patrocinada pelo ICOMOS (International Council on Monuments and Sites)⁴ adotou como posição de princípio considerar que, *o Turismo é um fato social, humano, econômico e cultural irreversível*. Contudo, o mesmo documento não ignora os perigos que esta atividade humana, se desregrada, pode comportar (Brigola, 2005). Este é o primeiro documento internacional produzido sobre o Turismo Cultural, no qual apela à necessidade de uma política consertada e efetiva do turismo e do Patrimônio Cultural.

No âmbito da referida carta são ainda definidos seis princípios⁵ que se propõem a garantir convivência e o mútuo benefício entre a indústria do Turismo e a conservação do Patrimônio:

Princípio 1 – *Considerando que o turismo doméstico e internacional está entre os meios de veículos de intercâmbio cultural mais importante, a conservação deve providenciar oportunidades responsáveis e eficazes aos membros da comunidade local e aos visitantes para vivenciar e compreender.*

Princípio 2 - *A relação entre os locais patrimoniais e o turismo e dinâmica e poderá envolver valores antagônicos. Deve ser gerida de forma sustentável para as gerações atuais e futuras.*

Princípio 3 - *A conservação e planejamento turísticos nos locais patrimoniais devem assegurar que a experiência do visitante seja compensadora, satisfatória e gratificante.*

Princípio 4 – *As comunidades locais devem ser envolvidas no processo de planejamento respeitante a conservação e turismo.*

Princípio 5 – *As atividades turísticas e de conservação devem beneficiar a comunidade local.*

Princípio 6 – *Os programas de promoção turística devem proteger e realçar as características patrimoniais naturais e culturais.*

Através de estudos realizados pela OMT (Organização Mundial do Turismo) e outros órgãos do turismo, o turismo cultural apesar de seu rápido crescimento, ainda não ultrapassa outros dos principais segmentos da demanda turística. Este rápido crescimento pode ser atribuído à observação do comportamento turístico e de certas macrotendências que mostram o crescimento do consumo da cultura (Richards, 2001).

⁴ Texto fundamental aprovado em Bruxelas, em Novembro de 1976, resultado das decisões finais do Seminário Internacional Turismo e Humanismo Contemporâneo

⁵ Adaptada por Ramalho, 2005.

Existe um grande interesse tanto por parte do setor público como privado para o desenvolvimento do turismo cultural, deve-se a isto o significativo crescimento deste segmento na demanda turística atual. O turismo cultural não apenas tem se favorecido pelas tendências do consumo, mas também pela oferta de atrações e acontecimentos culturais, que tem tido um importante papel (Idem, ibidem).

No entender de muitas pessoas, tanto da comunidade científica quanto da sociedade mais ampla, o Patrimônio deve permanecer público. Sua privatização seria uma forma de alienação. Essa questão de parceria pública e privado e entre o patrimônio e negócios foi superada em alguns países logo depois da segunda mundial, mas, em outros ainda está presente (Barreto, 2000:16).

O aumento do consumo cultural na Europa foi incentivado pelas políticas culturais urbanas. Os investigadores que se têm dedicado ao estudo de sua evolução afirmam que essas políticas passaram por três fases na trajetória de evolução das políticas Culturais urbanas do Oeste Europeu e sua relação com as estratégias de planejamento urbano. (Richards, 2001; Bianchini, 1994).

“A Era da Reconstrução – finais dos anos 60”: *As políticas culturais urbanas eram dirigidas a ampliar a tradicional “alta cultura” e o acesso a cultura mediante subvenções públicas.*

“A Era da Participação – anos 70 e princípio dos anos 80”: *Marcado pelo estímulo da cultura popular, crítica a planificação construcionista e o intuito em resolver os problemas sociais das cidades Européias.*

“A Era do Marketing da Cidade – desde meados dos anos 80”: *A principal contribuição das políticas culturais e a regeneração urbana tem sido provavelmente a criação da imagem urbana capazes de atrair os visitantes.*

Para Bianchini, o impacto destas políticas de criação de riqueza e emprego tem sido relativamente pequeno. “The main contribution of cultural policies to urban regeneration was in the contribution of urban images able to attract visitors (Biachini, 1994, p.p.85; Richards, 2001 p.p. 5).

O desenvolvimento do Turismo Cultural como gerador de receitas e enquanto forma reconhecida de Turismo emergiu como um objetivo principal junto quer das instituições culturais e patrimoniais, quer dos operadores turísticos. Assim, de uma forma crescente

têm vindo a aperceber-se do elevado potencial que as atrações e eventos culturais encerram, pelo que, se manifesta um crescente interesse dos políticos do Turismo por este tipo de produtos. No entanto, o Turismo Cultural tende a alargar-se e a natureza das audiências tende a manter-se restrita e elitista (Richards, 1993) o que pode ter que ver com a identificação do Turismo Cultural como associado à ‘alta cultura’ e a uma caracterização dos seus participantes como pertencentes a um nível educacional elevado, bem como, a sectores de rendimento elevados da classe de serviços.

A evolução do Turismo Cultural não tem sido uma atividade homogênea ao longo de todo o Mundo. No entanto, a maior parte das organizações nacionais de Turismo (ONT's) está a utilizar o Patrimônio Cultural para atrair turistas aos seus países. A comercialização do Patrimônio e da Cultura, como recurso turístico em grande escala surge com a tomada de consciência pela indústria turística que a sua programação pode ser lucrativa, mas também resulta da percepção por parte dos organismos do sector público que estes recursos podem ser utilizado para atrair turistas, e que os benefícios econômicos por ele gerados, podem ser apreciados pela comunidade (Swarbrooke, 1995).

Quadro 1.3 – Tendências de evolução do Turismo Cultural

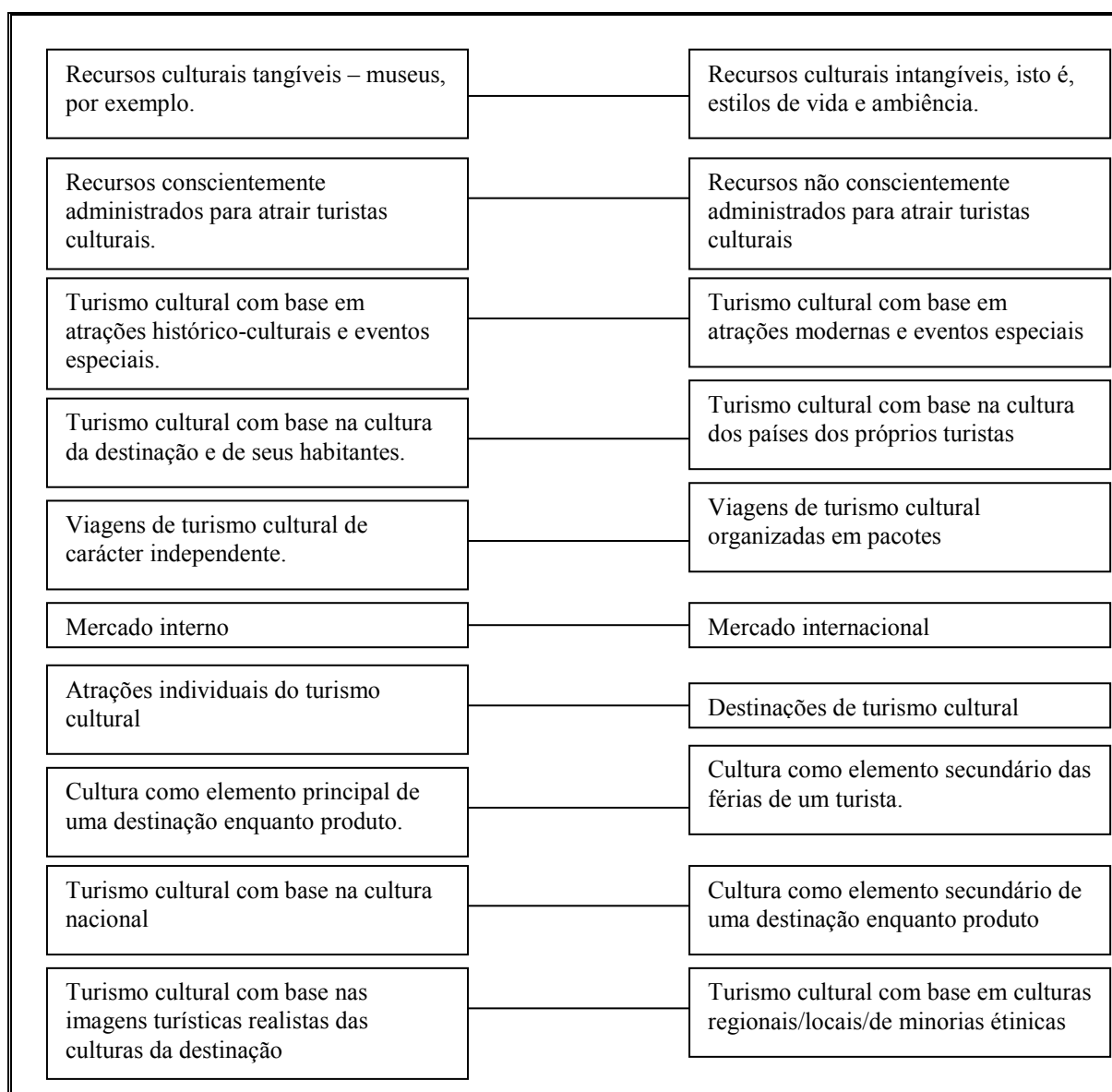
Tendências para o Futuro do Turismo Cultural

- 1) Vive-se um otimismo face ao desenvolvimento do Turismo Cultural no espaço da União Européia.
- 2) Expansão da formação académica superior no norte da Europa e da classe média.
- 3) Aumento da segmentação da procura de Turismo Cultural com a sua abertura a outras classes sociais.
- 4) Aumento do Turismo Cultural com origem na Europa de Leste dirigido aos produtos culturais da Europa Ocidental.
- 5) O turista cultural ‘global’ optará por experiências culturais que combinem aprendizagem e entretenimento; ‘alta cultura’ e ‘cultura popular’; tradição e inovação (em vez de experiências culturais autênticas); contudo, assiste-se a dificuldades em comercializar produtos culturais locais a turistas culturais globais, pela complexidade que envolve.
- 6) A ‘cultura popular’ vai-se tornar uma das áreas de maior crescimento no Turismo Cultural (eventos; festivais).
- 7) Sucesso dos festivais internacionais de arte, enquanto outro tipo de eventos acentuará a sua dependência de subsídios.
- 8) Os desenvolvimentos da indústria cultural têm-se concentrado nos grandes centros urbanos, mas a tendência será para o seu alargamento às áreas rurais.
- 9) Aumento dos programas de televisão sobre o Patrimônio Cultural; introdução de técnicas de animação e meios audiovisuais interativos para ativar atrações culturais estáticas.
- 10) Mudança dos consumos culturais na Europa.
- 11) Perigo do Turismo Cultural ser encarado pelos decisores políticos como fórmula para aumentar o número de visitantes e assegurar que as atrações culturais cheguem a uma maior ‘audiência’.
- 12) A questão-chave do Patrimônio Cultural vai estar em conseguir conciliar as necessidades do turista cultural genérico e as do específico.

Fonte: Bianchini e Parkinson, 1993; Richards, 1993; 1995; Richards, 1996.

O Turismo Cultural é composto por vários sub-produtos (basta ter presente a tipologia de atrações culturais e o alargamento que se tem verificado na definição de Cultura e Patrimônio Cultural), que são capazes de atrair de forma diferente, segmentos de mercado distintos. A medida que o turismo cultural tem crescido em todo o mundo nas últimas décadas, tem enfrentado várias ameaças (ocorrências de outras atividades de lazer, o risco de sobrecarga do turismo cultural, padronização do produto, pobreza de qualidade, segurança, excessiva comercialização), portanto seu futuro não está garantido (Swarbrooke, 2000).

Figura 1.2 – Diferentes aspectos do turismo cultural



Fonte: Swarbrooke, 2000

O patrimônio cultural é, por sua vez, um termo já consagrado, embora limitado, desde o início, pela sua associação aos bens tangíveis - proteção de grandes monumentos, sítios históricos, obras de arte. Analisando a definição de patrimônio cultural e um estudo sobre o retrospecto histórico do mesmo verificar-se-ão ações iniciais que possibilitam hoje mais que uma valorização, permitindo sua revitalização.

Em termos do patrimônio cultural, compreende-se por todo e qualquer artefato humano, que tendo um forte componente simbólico, seja do modo representativo da localidade, da época específica, permitindo compreender o processo histórico.

Ao conceituar patrimônio cultural, observa-se que é um amplo conjunto de elementos de composição simbólica, do modo representativo da localidade, da época específica, o que permite compreender o processo histórico. Por isso, este trabalho relata alguns aspectos conceituais de patrimônio e que será analisado através de estudo dos bens culturais imóveis que compreendem o Centro Histórico da cidade de São Luís, que por possuir um conjunto arquitetônico que retrata todo um contexto colonial do século XIX, por sua grandiosidade e significância, recebeu da UNESCO, em 1997, o título de Patrimônio Cultural da Humanidade.

O patrimônio resulta, em primeiro lugar, de um processo de reconhecimento e seleção de determinados referentes, projetando-se e encontrando a sua justificação numa valorização que remete para o seu caráter simbólico, isto é, para a sua necessidade de preservação em virtude do significado que encerra para o coletivo, bem como para a sua rentabilidade social, ou seja, a sua utilidade e funcionalidade no plano social e econômico. Assim, para além da sua ligação com passado histórico, o patrimônio funciona como uma ferramenta de formação identitária, um instrumento de afirmação e legitimação de grupos sociais e, ainda, como estratégia para a captação de recursos.

Falar de patrimônio pressupõe falar de identidades, na medida em que pode ser definido como uma síntese simbólica de valores identitários⁶ (Santana, 1998), que contribuem para um sentimento de pertença e de identificação de um coletivo social. Com efeito, esta capacidade de representação simbólica das identidades constitui um elemento central na atual definição do conceito de patrimônio.

⁶ Ver cap. 1.3 Cultura Global

O conceito de patrimônio evoluiu, de forma definitiva, após a Revolução Francesa, altura em que o Abade Gregoire utilizou esse termo, pela primeira vez, com um significado moderno, de herança de toda uma coletividade, ao acusar os contra revolucionários de terem cometido vários atentados contra o patrimônio. A expressão sofreu uma profunda alteração, ao indicar que o seu usufruto deixava de constituir uma prerrogativa do rei, da nobreza e do clero para adquirir o de bem comum, cujo gozo deve estar ao alcance de todos (Choay, 1991, pp. 112-113; Esperança, 1997, pp. 119).

Na acepção clássica do conceito, o patrimônio reportava a uma herança, um legado que era recebido dos nossos antepassados e que deveria ser transmitido às gerações futuras (Garcia, 1998). Desta forma, a herança cultural contribuía para certa estabilidade, permanência e continuidade dos legados culturais que, ao mesmo tempo em que permitem estabelecer uma ponte simbólica entre o passado, o presente e o futuro, promovem um sentimento de filiação e pertença por parte dos membros do coletivo social. O patrimônio é, portanto, uma construção social, um processo simbólico de legitimação social e cultural, baseado na seleção e ativação de determinados referentes, que permitem representar uma determinada identidade.

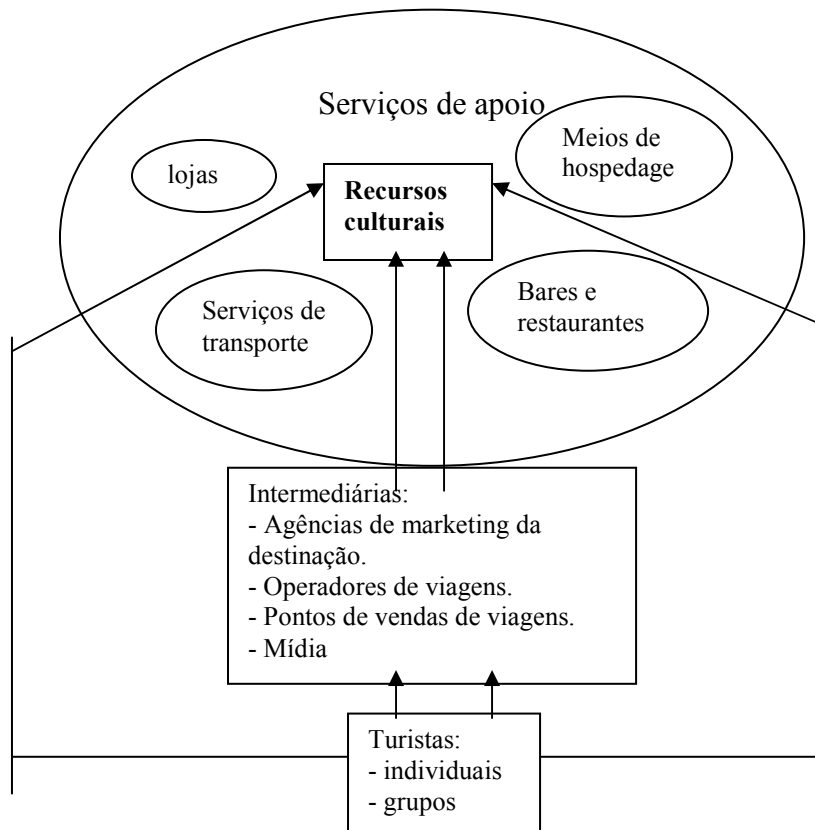
Esta representação processa-se através do resgate de alguns referentes culturais, retirados de um conjunto mais alargado, que cumprem uma finalidade de identificação coletiva mediante a veiculação dos valores culturais próprios de cada sociedade isto é, por ela selecionados e construídos, em cada momento. Para Pellegrine Filho (2001, p.92) “a noção de patrimônio cultural não se restringe à arquitetura, a despeito da indiscutível presença das edificações como um maior destaque da realização humana”. Para esse estudioso o significado de patrimônio cultural é muito amplo, incluindo outros produtos do sentir, do pensar, do agir humano.

Neste sentido o Patrimônio passa a ser definido como o conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e forma de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade (Barreto, 2000: 11).

Uma das importantes distinções que se pode fazer com relação ao patrimônio cultural é que ele, diferentemente das outras modalidades da cultura restritas apenas ao mercado cultural, apresenta interfaces significativas com outros importantes segmentos da

economia como a construção civil e o turismo, ampliando exponencialmente o potencial de investimentos, de parcerias e de novos negócios.

Figura 1.3 – O sistema do turismo cultural



Fonte: Swarbrooke, 2000

Sendo assim, entende-se, que tanto a compreensão do significado da preservação do patrimônio cultural quanto o comprometimento com a introdução do turismo como setor econômico devam ser encarados dentro de um contexto ampliado, com participação e envolvimento efetivos de todos os atores urbanos (Simão, 2006 p.p. 20) A atuação nos espaços urbanos requer, assim, nova postura profissional e política, com agregação de novos parceiros e com a compreensão do organismo dinâmico que é a cidade.

Tendo em consideração a natureza construída e representacional do patrimônio, importa ainda destacar que, sempre que utilizamos os conceitos de patrimônio ou de identidade, estamos nos referindo às construções ideológicas que não podem ser desvinculadas do momento histórico em que foram, ou são construídas, bem como dos seus regimes de

significação. O patrimônio é, assim, uma construção social, historicamente determinada e em permanente reconfiguração.

1.4.1 - O patrimônio cultural na Europa e no Brasil

Com efeito, o patrimônio surge como uma invenção, uma construção da modernidade. Ao mesmo tempo em que se atribui uma transcendência a determinados símbolos culturais que atestam do caráter singular de uma determinada comunidade, conferindo uma ilusão de permanência e continuidade em relação a um passado, constrói-se um ideal coletivo para o futuro. Neste sentido, o vínculo social básico necessário à construção de um sentimento de pertença coletiva, passa a assentar no princípio da semelhança cultural tendo por base uma cultura e uma história comum, que unem e identificam uma população (Gellner, 1998).

Os patrimônios deveriam remeter a um passado o qual expressaria sua permanência no presente da ação. Monumentos, relíquias, locais de peregrinação cívica, cerimônias, festas, mitologias, folclore, um vasto conjunto de tradições foi inventado com o objetivo de criar e comunicar identidades pessoais e coletivas.

A conservação e a restauração de artefatos com valor histórico, isto é com valores de acontecimentos expressivos e singulares, interessam a muitos países e têm preocupado muitos especialistas. O acervo arquitetônico - templos, castelos, fortalezas, conjuntos residências de várias épocas e diferentes estilos de países europeus como França, Portugal, Espanha, dentre outros, a partir do fim do século XIX, levaram autoridades a debates sobre a conservação, restauração, proteção, intervenção e revitalização de imóveis de grande valor econômico.

As experiências de sucesso realizadas na Europa demonstram a necessidade de avaliar o local e suas necessidades, entender suas peculiaridades, pensar no sítio como um todo, incluindo a comunidade local, sua economia e sua política, propor atividades turísticas que não prejudiquem o lugar, criar alternativas para diversificar os turistas quando houver alta densidade deles, e pensar em programas educativos que informem o turista sobre a maneira de realizar uma visita proveitosa e responsável (Barreto, 2000 p.p. 76).

Segundo o IPHAN - Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (2005) no Brasil desde o início do século XX até hoje, vários conceitos foram desenvolvidos a fim de se interpretar o processo de formação da identidade nacional como “tombamento”, cultura material, cultura popular, folclore, modos de ofício, cultural imaterial, patrimônio edificado, celebrações, registro entre outros. Tal processo subsidiou o Inventário Nacional de Bens Culturais, cuja abrangência busca compor uma matriz documental sobre o processo histórico cultural do Brasil por meio do instrumental analítico e conceitual do patrimônio. Essas informações permitem a compreensão da existência de vários instrumentos jurídicos que foram instituídos no Brasil, com o objetivo de se resguardar as informações e os registros para o estudo da sociedade e da cultura brasileira.

No ano de 1933, o Decreto Nº 22.928, de 12 de julho do ICOMOS - Conselho Internacional de Monumentos e Sítios decretou como Monumento Nacional a cidade de Ouro Preto – MG (Brasil), como representante do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. A legislação propriamente dita somente foi definida por meio do Decreto-Lei Nº 25, de 30 de novembro de 1937. Por meio deste instrumento legal instituiu-se o “tombamento” federal e se organizou a proteção do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

No Brasil são considerados “conjuntos arquitetônicos, paisagístico e urbanístico” inscritos pela UNESCO como patrimônio mundial, as cidades Olinda, Salvador, Brasília e Ouro Preto. Porém, a expressão “conjunto arquitetônico, paisagístico e urbanístico *do centro histórico*” é utilizada apenas para São Luis do Maranhão (nosso estudo de caso), Diamantina e Goiás. No caso brasileiro, a descaracterização dos centros é premente e recomendações como a de Nairobi é pouca acolhida (v. ponto 1.3), visto que aqui o poder municipal é frágil e perante pressões políticas e econômicas que fazem com que os municípios, cujas rendas em boa parte advêm dos impostos territoriais e prediais, evitem ferir interesses de proprietários ou de especuladores, atingindo assim as áreas centrais a serem preservadas (Meneguelle, por Telles; 1984 p.p. 31).

Ressaltam-se também várias convenções, cartas, recomendações, declarações e manifestos de ordem mundial a respeito do Patrimônio Cultural tais como a Carta de Atenas (1932), a Carta de Veneza (1964), a Carta de Japão (1994) e Carta de Brasília (1995). Finalmente, no sentido de aperfeiçoar e complementar as leis de proteção ao patrimônio cultural brasileiro, destaca-se a importância do Decreto Nº. 3.551, de agosto

de 2000, que instituiu o Registro dos Bens Culturais de Natureza Imaterial (IPHAN, 2005) (**Anexo 1** *Lista Cronológica das Cartas e Convenções Internacionais no domínio do Patrimônio*).

De acordo com Silva (2003, p. 87) os bens culturais pertencentes ao patrimônio cultural justificados pela UNESCO são:

- a) Monumentos: obras arquitetônicas, esculturas, pinturas monumentais, elementos ou estruturas de natureza arqueológica, inscrições, cavernas e grupo de elementos que tenham um valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;*
- b) Os conjuntos: grupos de construções isoladas ou reunidas que, em virtude de sua arquitetura, unidade ou integração na paisagem, tenha um valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;*
- c) Os lugares notáveis: obras do homem ou obras conjugadas do homem com a natureza, bem com as zonas, até mesmo lugares arqueológicos, que tenham um valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência.*

Essa classificação procura compreender as manifestações humanas por intermédio dos bens culturais dos monumentos e dos conjuntos que englobam realizações exclusivamente antropológicas e dos lugares notáveis que englobam as mesmas realizações e a natureza.

A partir dos anos 90 as estratégias culturais para promover a regeneração dos centros históricos, passaram a ser muito consideradas. Neste novo contexto a cultura engloba a valorização das artes e indústrias culturais, o reconhecimento da diversidade cultural, do multiculturalismo, a que se associa o apreço pós-moderno pela imagem e pelo caráter simbólico dos locais (maiores detalhes no ponto 1.5).

Não obstante, e ainda que possa ser caracterizado como um processo de representação cultural baseado no passado e nas especificidades culturais locais, o patrimônio não deve ser confundido com a história ou com os testemunhos materiais e tangíveis do processo histórico. Porém, antes como uma interpretação ou recriação da história, uma história que transmite mitos de origem e de continuidade, que para além de dotar um grupo de um sentimento de pertença comum contribui para a legitimação das instituições sociais responsáveis pela sua ativação.

O reviver de centros históricos, com suas particularidades, diferenciação e seu potencial tem acontecido em todo o mundo e possibilitado recuperar centros que apresentavam grandes problemas urbanos, face ao seu abandono. Revitalizados, eles se tornam centros turísticos e de vitalidade econômica. Muitas vezes, os próprios edifícios em áreas abandonadas têm um potencial enorme face às suas características físicas, prestando-se a várias novas funções.

1.5 - As indústrias Culturais e o turismo

Este tópico evoca uma maior aproximação entre as formas que o turismo contribui para o crescimento das atividades culturais, bem como, as alternativas criadas pela indústria cultural como fonte de desenvolvimento e revitalização de áreas, cidades ou regiões. Assim, as indústrias culturais incluem: a edição, a música, a tecnologia audiovisual (cinema, televisão), a eletrônica (multimídia), a indústria fonográfica (discos), os jogos vídeo e a internet. Há quem inclua ainda o design, a arquitetura, as artes visuais e performativas, os desportos, a publicidade e o turismo cultural.

Assim, as *indústrias culturais* combinam criação, produção e comercialização de conteúdos por natureza intangíveis e culturais, adicionam valor aos conteúdos e geram valor individual e social. Baseiam-se em conhecimento e trabalho intensivo, criam emprego e riqueza, alimentam a criatividade e desenvolvem a inovação nos processos de produção e comercialização. São, por regra, protegidas pelos direitos de autor e podem tomar a forma de bens ou serviços. Dependendo do contexto, as indústrias culturais também são referenciadas como “indústrias criativas”, “indústrias orientadas para o futuro” ou que estão a nascer (jargão econômico) e indústrias de conteúdo (jargão tecnológico) (Unesco).

A dimensão internacional confere-lhes um papel determinante no futuro em termos de liberdade de expressão, diversidade cultural e desenvolvimento econômico. As indústrias culturais são mesmo centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e asseguram o acesso democrático à cultura.

Deste modo, considera-se o turismo cultural como área a ser um ponto de arranque e de reforço das indústrias culturais. O apoio ao turismo cultural permite consolidar e aumentar as atividades econômicas clássicas que estão relacionadas com o património cultural. A

revitalização e a redefinição do turismo cultural podem servir de base às ações inovadoras associadas às novas tecnologias e aos meios de comunicação social. As atividades culturais ligadas à "alta cultura" e as que decorrem das novas tecnologias começaram por centrar a sua oferta em locais turísticos freqüentados por um público atraído pelas atividades lúdicas e culturais.

Apesar destas demonstrações, nota-se que, as potencialidades do sector cultural, em geral, e das indústrias culturais, em particular, são mal conhecidas e sub-aproveitadas pelos poderes públicos. As indústrias culturais constituem uma área de atividade muito mobilizadora no que se refere à introdução das novas tecnologias. Representam também o meio ideal de transmissão de informações face à mundialização dos intercâmbios culturais e ao reaparecimento dos nacionalismos.

Todavia, o desenvolvimento das indústrias culturais potencia tanto o risco de perda de identidade e de uniformização do processo de mundialização como o desejo de aprofundar o conhecimento da sua própria cultura. A realidade cultural mostra que as indústrias culturais estão em consonância, quer com o atual desenvolvimento das novas tecnologias, quer com as solicitações e necessidades dos movimentos socioculturais mais significativos. Neste caso, cabe-nos ressaltar a visão crítica destas práticas.

O conhecimento do termo "indústria cultural" tem sido associado com Adorno e Horkheimer (1943) em tempo de guerra Alemã (Adorno, 1991), como pejorativa vista, novamente, a máquina Hollywood e associada a reprodução em massa. Sob uma visão crítica Theodor Wiesengrund-Adorno⁷, afirma que *Indústria Cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente*. Complementa que, nessa indústria, tudo se torna negócio e nessa corrida pelo ter, nasce o individualismo, que, segundo o filósofo, é o fruto de toda essa *Indústria Cultural*. Mas, a visão "pessimista" da realidade é passada pela ideologia dominando, e não por Adorno. Para ele, existe uma saída, e esta, encontra-se na própria cultura do homem: a limitação do sistema e a estética (Silva, 1999). Na Teoria Estética, obra que Adorno tentará explicar seus pensamentos sobre a salvação do homem, dirá ele que não adianta combater o mal com o próprio mal.

⁷ Filósofo Theodor W. ADORNO, 1992.

Retornando a uma perspectiva “salvadora” como retratamos ao início, a produção, a circulação e o consumo de bens e serviços culturais também começou a ser percebidos como um segmento de peso na economia das nações já no pós-guerra. Mas foi apenas na década de 1970 que se aprofundou o interesse pelo setor e a Economia da Cultura passou a mobilizar pesquisadores em algumas universidades. Na década de 1990, ganha espaço nos órgãos internacionais de cooperação, começando a ser entendida como um vetor de desenvolvimento.

Este desenvolvimento estimulará a criação de novas empresas com boas possibilidades de expansão. Por isso o turismo cultural é identificado como um espaço de desenvolvimento "empresarial" com grandes possibilidades de favorecer a coesão econômica, social e cultural das regiões em declínio. Os benefícios decorrentes do turismo cultural induzem uma tomada de consciência da necessidade de conceder um forte apoio político ao sector. Contudo, uma intervenção pública deste gênero também deverá ter em conta o eventual impacto negativo de um turismo cultural não integrado sobre o equilíbrio socioeconômico de uma região. É necessário velar por que os fluxos turísticos aumentem os rendimentos de uma zona, valorizando as idiossincrasias locais, regionais e nacionais (Unesco).

No entanto, não cabe aos governos ou às empresas conduzir a produção da cultura, seja ela erudita ou popular, impondo-lhe hierarquias e sistemas de valores. Para evitar que isso ocorra, o Estado deve permanentemente reconhecer e apoiar práticas, conhecimentos e tecnologias sociais, desenvolvidos em todo o País, promovendo o direito à emancipação, à autodeterminação e à liberdade de indivíduos e grupos. Cabe ao poder público estabelecer condições para que as populações que compõem a sociedade brasileira possam criar e se expressar livremente a partir de suas visões de mundo, modos de vida, suas línguas, expressões simbólicas e manifestações estéticas. O Estado deve garantir ainda o pleno acesso aos meios, acervos e manifestações simbólicas de outras populações que formam o repertório da humanidade (Plano Nacional de Cultura - PNC p.p 28).

As atividades culturais são mais eficazes quando se beneficiam do potencial endógeno de uma região, por outro lado, a ajuda à produção e indústrias culturais contribui para reforçar tal potencial. As empresas de vocação cultural dependem, geralmente, em larga medida de redes locais ou regionais de fornecedores e de clientes e, conseqüentemente,

estão mais estritamente ligadas à sua região ou local de implantação do que outras formas de investimentos produtivos⁸.

Para, além disso, as indústrias culturais caracterizam-se, igualmente, por uma forte intensidade de mão-de-obra e fornecem, por conseguinte, um contributo significativo em termos de emprego. O investimento cultural (nas indústrias, mas também nas infra-estruturas, incluindo o património cultural) melhora a capacidade de concorrência de uma região relativamente a outras e constitui uma qualidade importante a nível regional ou local.

O sector cultural abrange diversas áreas de atividade económica e industrial: património, literatura, imprensa, música, artes do espetáculo, média e audiovisual. Dado o aumento da produção e da procura cultural, as indústrias culturais surgem como um domínio de interação social e de atividade económica no contexto atual de muitos países (V. Anexo 2 Estrutura das indústrias culturais).

Ajuda às indústrias da cultura e dos médias.

A título de exemplo, o documento único de programação do Noroeste de Inglaterra (Greater Manchester, Lancashire, Cheshire) prevê no âmbito da prioridade "turismo e indústrias culturais: valorização da imagem da região", uma "ajuda à indústria da cultura e das médias".

Os objetivos:

- estimular o crescimento em longo prazo e o emprego através de uma estratégia coordenada a favor das indústrias culturais (nomeadamente das PME),*
- explorar o potencial de crescimento e de emprego das indústrias ligadas aos médias.*
(incluindo da sociedade da informação),
- melhorar as redes e a cooperação entre as várias indústrias culturais. se que cerca de 700 empresas beneficiarão de uma ajuda, o que permitirá criar ou manter aproximadamente 2 000 empregos.*

Fonte: Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social e ao Comité das regiões.

A vida cultural pode tornar-se um serviço público e privado economicamente rentável, bem como um instrumento catalisador da identidade e integrador das sociedades. Os poderes públicos devem encorajar a criação de empresas culturais, oferecendo

⁸ Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social e ao Comité das regiões.

possibilidades de criação de novos postos de trabalho. Tanto no plano econômico como no plano sociocultural, destaca-se a importância da abordagem integrada e global nas indústrias culturais. Associada às formas convencionais de turismo de massa (quer seja no litoral, quer nas estações de desportos de inverno), a cultura pode favorecer formas de turismo alternativas, melhor repartidas, pelo que mais duradouras. Por outro lado, pode contribuir para uma melhor distribuição do turismo ao longo do ano, evitando, por exemplo, as pontas turísticas sazonais ou as épocas baixas.

Em particular, algumas indústrias culturais estão estritamente vinculadas ao contexto urbano por várias razões. Primeiro, por sua natural propensão a serem interconectadas as indústrias culturais requererem alta densidade de comunicação e interação para compartilhar, copiar, aprender e modificar idéias rapidamente. Segundo, uma grande quantidade de universidades e instituições educacionais tende a estar concentradas em áreas urbanas. Este grupo de instituições ajuda a promover as cidades com fluxos de talentos e idéias ao atrair gente jovem e criativa. Terceiro, os empresários culturais necessitam de lugares acessíveis para seus negócios, tais como: oficinas, galpões e bancos reformados.

Formação cultural e renovação urbana

*Outro exemplo notório de integração da cultura num projeto de saneamento urbano é o da revitalização do centro histórico de **Marselha** com a criação da "**Cité de la musique**" no bairro de Belsunce. O projeto (cujo custo total ascende a 10 milhões de ecu) recebeu do FEDER 4 milhões de ecus enquanto projeto piloto urbano, a título do artigo 10º do regulamento FEDER. Incide na formação musical de estudantes, operários, empregados e habitantes do bairro e está baseado numa política cultural que abrange a música multiétnica, a criatividade, apresentações visuais e concertos, oferecendo assim aos habitantes mais desfavorecidos do bairro (jovens imigrantes desempregados) pontos de referência. Isto ajudá-los-á a criar uma identidade e elaborar projetos de futuro, e a comunicar com os outros habitantes do bairro e da cidade, facilitando assim uma maior abertura e uma melhor integração social e cultural.*

Fonte: Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comitê Económico e Social e ao Comitê das regiões.

As cidades e regiões que carecem de qualquer base preexistente de produção cultural enfrentam um problema maior relacionado à necessidade de implementar políticas e estratégias que atraiam e impulsionem estas indústrias. No entanto, em alguns casos onde não havia tradição preexistente, algumas cidades podem reinventar-se através de estabelecimento de novas indústrias culturais. E mais, muito desenvolvimento em velhas

áreas industriais se tem concentrado em construir uma economia cultural nova através de esforços conscientes para reutilizar os vestígios de passado industrial (velhos edifícios). Neste contexto, as autoridades locais ao largo de Europa, Canadá E os EUA, Estão se esforçando para revitalizar áreas dentro da cidade sobre a base de herança industrial, conjuntamente com interesses imobiliários locais.

Diferentes estratégias de recuperação do passado e da materialidade urbana ocorrem em diferentes países, obviamente moldadas por especificidades culturais, geográficas e pelo desenvolvimento histórico da região (Meneguello, 2005). Como célebre exemplo de “bom urbanismo” temos a cidade de Dublin na Irlanda, caso que nos ajudará a pautar estratégias de eficiente revitalização e desenvolvimento organizado em nosso estudo de caso no centro Histórico de São Luis (todo processo de revitalização da área do Temple Bar em Dublin será discutido no capítulo 5).

Indústrias culturais e patrimônio cultural como parte integrante de uma iniciativa de desenvolvimento local.

O projecto Temple Bar em Dublin trata-se de um exemplo perfeito de integração da cultura numa estratégia global de desenvolvimento local, que inclui aspectos diversos como estruturas de alojamento, ambiente, comércio, restauração e marketing.

Trata-se de um projecto a longo prazo, que implicou a criação de diversos centros culturais (centro cinematográfico irlandês, ateliers artísticos, galerias de arte, centros de exposição, um museu dos Vikings, um centro de criação de joalheria, um teatro para crianças, etc). Organizamse frequentemente festivais. Em 4 anos (até Dezembro de 1995), foram investidos 120 milhões de ecus provenientes de fundos públicos (comunitários e nacionais) e 70 milhões de ecus do sector privado; criaram-se 1 200 postos de trabalho no sector cultural e noutros serviços; 72 novas empresas instalaram-se em Temple Bar e 150 pessoas receberam formação nos domínios da cultura e do ambiente. Temple Bar é agora considerado como a terceira atração turística de Dublin.

Fonte: Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comitê Económico e Social e ao Comitê das regiões.

A Economia da Cultura tende a ter a inovação e a adaptação às mudanças como aspectos a considerar em primeiro plano. Nesses setores a capacidade criativa deverá ter mais peso que o porte do capital. Hoje este setor possui grande dinamismo na economia mundial, além, de seu dinamismo, há um conjunto de características que vem

conferindo à Economia da Cultura status de setor estratégico na pauta das estratégias de modernização e desenvolvimento, Porta⁹, (2006) comenta:

- *A geração de produtos com alto valor agregado, cujo valor de venda é em grande medida arbitrável pelo criador;*
- *A alta empregabilidade e a diversidade de empregos gerados em todos os níveis, com remuneração acima da média dos demais;*
- *O baixo impacto ambiental;*
- *Seu impacto positivo sobre outros segmentos da economia, como no caso da relação direta entre a produção cultural e a produção e venda de aparelhos eletrônicos (tv, som, computadores etc.) que dependem da veiculação de conteúdo;*
- *Suas externalidades sociais e políticas são robustas. Os bens e serviços culturais carregam informação, universos simbólicos, modos de vida e identidades; portanto, seu consumo tem um efeito que abrange entretenimento, informação, educação e comportamento. Desse modo, a exportação de bens e serviços culturais tem impacto na imagem do país e na sua inserção internacional;*
- *O fato do desenvolvimento econômico desse setor estar fortemente vinculado ao desenvolvimento social, seja pelo seu potencial altamente inclusivo, seja pelo desenvolvimento humano inerente à produção e à fruição de cultura;*
- *O potencial de promover a inserção soberana e qualificada dos países no processo de globalização.*

Diante de tantos atributos, criar mecanismos diferenciados e adequados de desenvolvimento e fomento da Economia da Cultura, que é baseada em grande parte em ativos intangíveis, é um desafio a ser enfrentado de imediato. Afora o caso paradigmático dos EUA, que já não requer ação estratégica do Estado, podemos citar o exemplo da Inglaterra, que conta com um ministério das indústrias criativas, independente do Ministério da Cultura, como marco da crescente importância que o setor vem adquirindo

⁹ Paula Porta - Assessora especial do Ministro da Cultura e Coordenadora do Prodec – Programa de Desenvolvimento da Cultura no Brasil.

nas economias nacionais. Do mesmo modo, já começam a se estabelecer programas em estados e, mesmo, em municípios, que identificaram vocações locais capazes de gerar dinâmica econômica (Porta, 2006). Contudo, cabe-nos apontar a realidade deste setor com grande potencial no caso do Brasil, relatando seus números e importância.

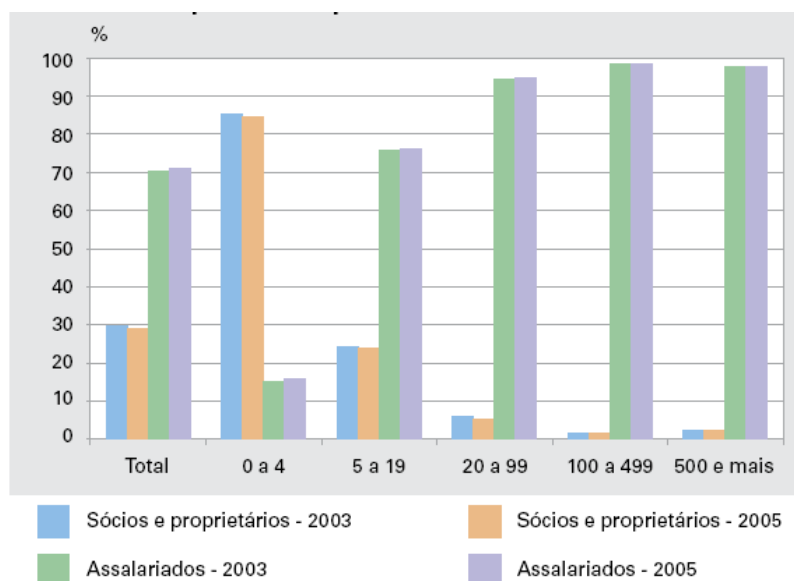
1.5.1 - A Economia da cultura no Brasil

O Brasil possui grande vocação para tornar a Economia da Cultura um vetor de desenvolvimento, baseado na sua diversidade cultural e na sua alta capacidade criativa. A participação da cultura nas atividades econômicas do país já é bastante expressiva, como mostram os números¹⁰, atuam no país 320 mil empresas voltadas à produção cultural, que geram 1,6 milhões de empregos formais. Ou seja, as empresas da cultura representam 5,7% do total de empresas no país e são responsáveis por 4% dos postos de trabalho. O salário médio mensal pago pelo setor da cultura é de 5,1 salários mínimos, equivalente à média da indústria, e 47% superior à média nacional.

De acordo com pesquisa realizada no convênio entre o Ministério da Cultura e IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística demonstram um forte impacto da cultura sob a Economia Nacional. Primeiro, como atividade econômica indiretamente relacionada à cultura, estão aquelas que agregam atividades propriamente culturais e outras que não podem ser caracterizadas como tal. Nestas, destacam-se, por exemplo, as atividades de “comércio atacadista de artigos de escritório e de papelaria; livros, jornais e outras publicações”, que compreendem atividades diretamente relacionadas à cultura (livros, jornais, revistas, publicações, periódicos, etc.) e outras que, embora façam parte do processo de produção, não estão estritamente relacionadas à cultura (artefatos de papel, de papelão, artigos de escritório, de papelaria, escolares, cadernos, etiquetas de papel, entre outros).

¹⁰ Os números apontados são baseados em informações divulgadas pelo Ministério da Cultura.

Gráfico 1.1 – Distribuição percentual do pessoal ocupado total e assalariado no setor cultural, segundo as faixas de pessoal ocupado-Brasil 2003 – 2005.



Fonte: Indicadores Culturais, 2005.

Já a Pesquisa de Informações Básicas Municipais (a Munic 2006); levantou dados relativos à presença da cultura nas 5.564 cidades brasileiras. O investimento público dos municípios em cultura ainda é bastante restrito, não ultrapassa a média de 0,9% do orçamento total das prefeituras. A pesquisa aponta números relativos a equipamentos e ações culturais. A presença de lojas de discos e “dvd” cresceram 74% em sete anos; o número de salas de cinema cresceu 20%, apesar estarem presentes em apenas 8,7% das cidades; já as videolocadoras estão em 82% das cidades brasileiras. O número de salas de espetáculo cresceu 55%; o de museus 41% e o de bibliotecas 17%. As rádios comunitárias estão em 49% dos municípios e a televisão está em 95,2% dos municípios (Porta, 2006).

Para o Ministério da Cultura no Brasil, implantar uma estratégia para esse setor – envolvendo financiamento, legislação, capacitação e regulação – é um desafio imediato para aproveitar as oportunidades geradas pelas novas tecnologias que estão alterando modelos de negócio e formas de acesso a mercados. Esse desafio envolve Estados, entidades setoriais e iniciativa privada e requer:

- *Implantar agendas para o desenvolvimento dos segmentos mais dinâmicos e estratégicos;*
- *Aprofundar o conhecimento sobre os segmentos para subsidiar as políticas de fomento e estimular o planejamento estratégico de empresas e de políticas públicas. Isso envolve a construção de indicadores, a coleta de dados primários, os diagnósticos setoriais, o estudo das cadeias produtivas e dos modelos de negócio, o mapeamento dos empreendedores;*
- *Capacitar empresas e produtores, sobretudo no que diz respeito aos novos modelos de negócio, à inserção no mercado (nacional e internacional) e à gestão de propriedade intelectual (essa uma absoluta prioridade face os riscos de desnacionalização de propriedade intelectual);*
- *Identificar vocações regionais e oportunidades no mercado interno e externo, que ajudem a definir o foco prioritário das ações;*
- *Capilarizar e dinamizar a distribuição, a circulação e a divulgação de produtos e serviços culturais, já que este tripé é hoje o maior gargalo no desenvolvimento de todos os segmentos da Economia da Cultura;*
- *Enfrentar a necessidade de atualizar a legislação pertinente ao setor e identificar as necessidades de regulação.*

Como programa de desenvolvimento da economia da Cultura, foi criado o PRODEC¹¹, que abrange todos os setores que envolvem criação artística ou intelectual, individual ou coletiva, assim como os produtos e serviços ligados à fruição e à difusão de cultura (como museus, patrimônio histórico, salas de espetáculo, turismo cultural etc.). São eles:

- *Todos os segmentos artísticos (música, audiovisual, artes cênicas, artes visuais)*
- *Telecomunicações e radiodifusão (conteúdo)*
- *Editorial (livros e revistas)*
- *Arte popular e artesanato*
- *Festas populares*
- *Patrimônio Histórico Material e Imaterial (suas formas de utilização e difusão)*
- *Software de lazer*
- *Design*

¹¹ Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura.

- *Moda*
- *Arquitetura*
- *Propaganda (criação)*

A diversa produção cultural brasileira, para além de sua indiscutível relevância simbólica e social, deve ser entendida também como um dos grandes ativos econômicos do país, pelo seu potencial de gerar desenvolvimento qualificado. É preciso reconhecer esse potencial e fomentá-lo, pois isso significa a geração de riqueza e inclusão social, além de uma inserção qualificada no país no cenário internacional.

Com estas informações pretende-se demonstrar a força que nosso país possui diante do uso das indústrias culturais como fator de desenvolvimento, principalmente econômico e social. No entanto, ainda é preciso evoluir muito, tanto nas ações de fomento, quanto na capacidade de formulação e planejamento por parte dos realizadores e organizações do setor. É preciso ultrapassar a lógica de projetos pontuais em prol de estratégias de desenvolvimento.

1.6 – Conclusão do capítulo

Este primeiro contato com a temática em questão remete-nos a estabelecer relações básicas entre o turismo, a cultura e o patrimônio. Com ênfase nos conceitos do turismo e da cultura, a sua perspectiva global e seu poder de alavancar o crescimento no setor turístico.

Demonstram-se os impactos sociais e as perspectivas futuras do turismo dentro da sociedade, pois a atividade turística tem um aspecto social tão importante quanto o desenvolvimento econômico, isto é, a possibilidade de expansão do ser humano. É uma atividade que deve ser fomentada por políticas públicas e apoiada pelo setor privado, não apenas com interesse próprio, mas como forma de revitalização do lugar. Os locais de turismo criam possibilidades para a revitalização da identidade cultural, da preservação dos bens culturais e das mais ricas tradições.

Apesar de todos os nossos esforços, não se encontrou uma definição para o turismo Cultural aceite de forma total, apenas nos remetemos a aqueles que mais estavam de acordo com nossas pesquisas. Então concluímos que, de fato, o turismo é capaz de

transformasse em instrumento regenerador do meio e da cultura. Onde, neste aspecto, deve-se aproveitar o interesse de uma nova gama de turistas em aceder respeitosamente aos valores culturais, e também promover o setor não só na sua conservação e manutenção, mas também no seu fomento, servindo de base para construção de futuros produtos e destinos turísticos.

Dentro dos aspectos sociais do turismo é necessário reconhecer que todos os que investem e participam direto ou indiretamente devem preocupar-se com sua forma de gestão, com fins ao planejamento responsável e sustentável.

Ainda neste capítulo, preocupou-se em compreender o universo da cultura e como se tem denominado seus usos e funções culturais, e de que forma junto com o turismo é capaz de regenerar lugares, pois através do conhecimento e valorização do patrimônio cultural, não apenas o passado é recuperado, mas também são exaltadas todas as atividades e expressões que se possam converter em um instrumento ao serviço do fortalecimento da identidade de uma comunidade.

Por fim, percebe-se o valor das indústrias culturais, seu processo de criação e comercialização e de que forma podem ser revitalizadas e trazidas juntamente com a participação da comunidade local. Fica claro, neste contexto o valor não só econômico, mas também social que essa nova forma de produção cultural nos remete. Tudo isso, dar lugar ao novo aceite dos órgãos nacionais a aceder e fomentar a indústria cultural no Brasil, como demonstra nosso último tópico.

2. As novas tendências do Turismo Cultural

2.1 – Introdução

Os capítulos que se seguem pretendem avaliar o turismo atual e sobre de que forma irá se desenvolver influenciado pela interação da cultura e do patrimônio, para que possamos compreender melhor os estudos realizados entorno das tendências, motivações e do futuro do turismo neste aspecto.

O ponto 2.2 faz uma breve abordagem das tendências globais, mudanças ocorridas nos últimos anos e uma perspectiva futura através de estudiosos do turismo e dos principais órgãos envolvidos, alcançando desta forma uma previsão e visão das transformações do turismo. Posteriormente, sob uma perspectiva mais específica, tratamos de identificar em termos quantitativos as tendências do turismo a nível internacional e nacional (pontos 2.2.1 e 2.2.2), e finalmente uma abordagem do panorama do turismo no Maranhão (no ponto 2.2.3) avaliando seu desempenho em relação ao total, desta forma aproximando à realidade do nosso estudo de caso as demais experiências do turismo.

Com os dois últimos tópicos (2.3 e 2.4), que se referem às tendências do turismo cultural e ao perfil e motivações deste ‘novo’ turista cultural, pretende-se perceber a problemática existente desde a sua definição como os benefícios que pode gerar, até a ampla abordagem de segmentação do turista cultural. Numa visão de futuro tentamos entender também o que se espera deste novo consumidor e como avaliá-lo.

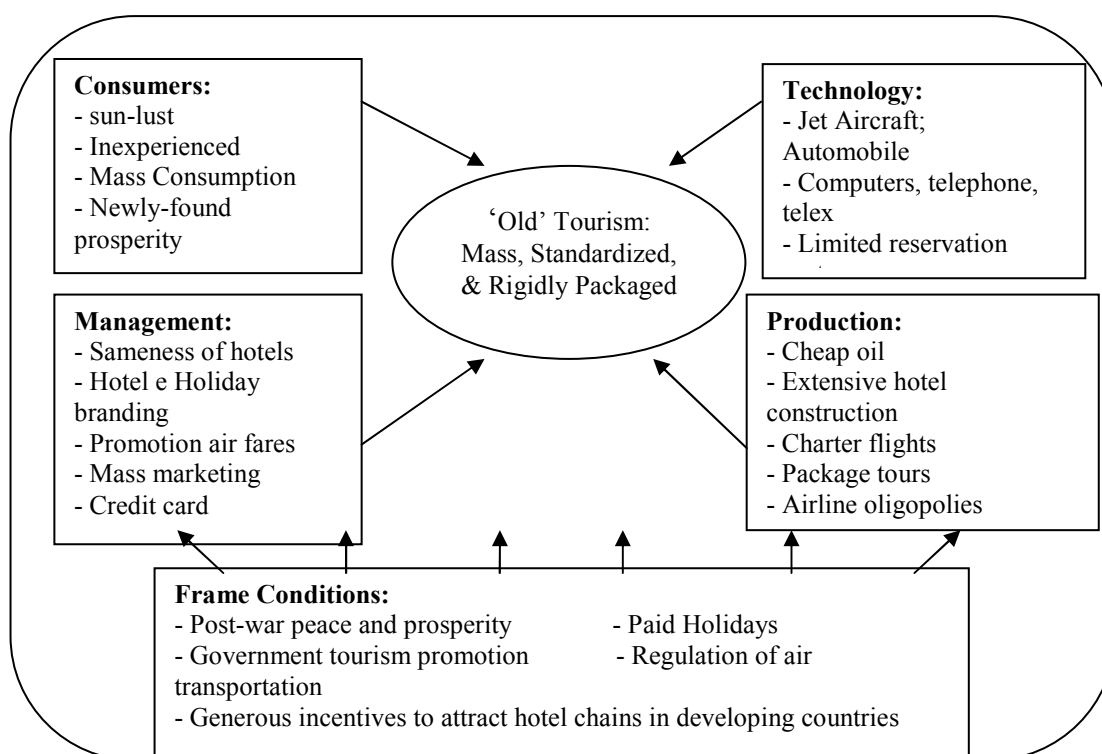
Ainda que, a bibliografia específica sobre este estudo seja consideravelmente reduzida e recente, há a tentativa de compreender a produção cultural do turismo e seu consumo, sob perspectivas futuras. As cidades são cada vez mais importantes como cenários em que se criam experiências e, é nessa ‘economia da experiência’ que a cultura se converte em matéria prima essencial e o turismo cultural é um elemento cada vez mais importante (Richards, 2001).

2.2 - Novas Tendências do turismo

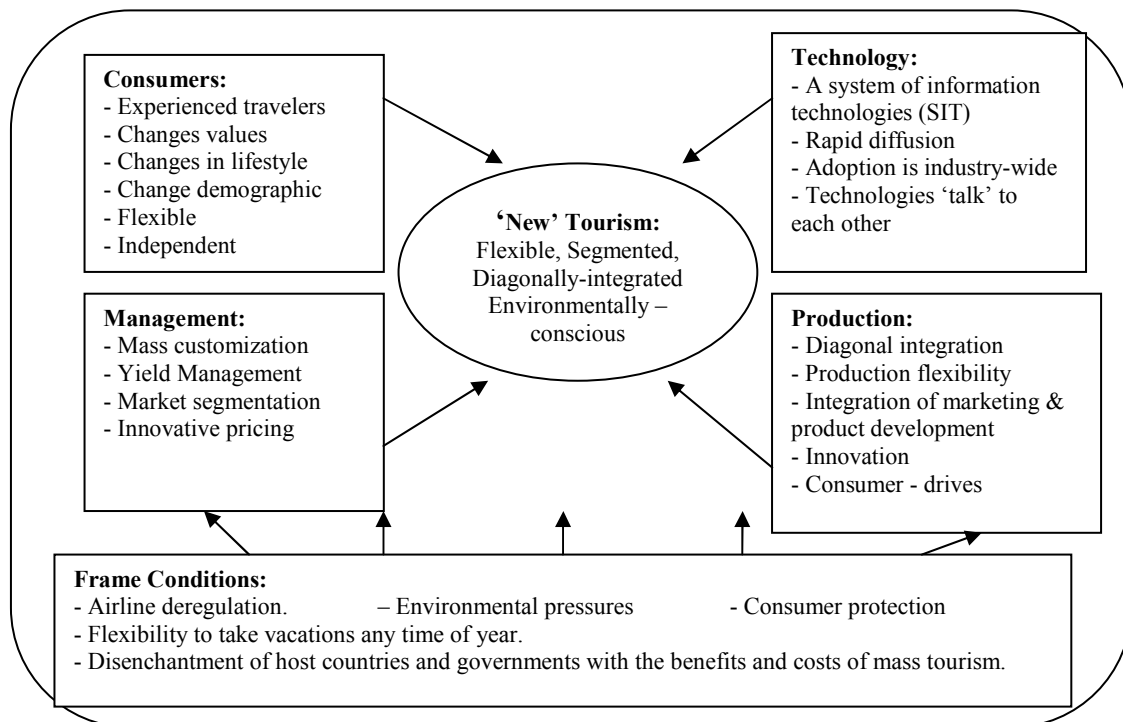
Existem tendências claras que projetam o turismo como uma das principais atividades humanas neste começo de novo milênio. Muitas previsões e visões sobre as formas com que o turismo irá se desenvolver foram levantadas e produzidas por diversos futuristas, no entanto, ressaltamos que em nossa investigação recorreremos de fontes como: OMT – Organização Mundial de Turismo, Cris Cooper, Auliana Ponn, Dimitrios Buhalis e Organismos oficiais do turismo.

Estas fontes concordam em que a característica que irá diferenciar o *turismo do futuro* com o *velho turismo* é o fato de que não apenas as mudanças rápidas serão evidentes, mas serão aceitas como inevitáveis e, portanto, as organizações turísticas precisarão *administrar as mudanças* (Cooper et al, 2001 p.p. 481). Abaixo os modelos baseados em Auliana Ponn para o velho e novo turismo.

Figura 2.1 – O velho Turismo



O novo Turismo



Fonte: Poon, 1993 (p.p 35 e 86).

Para Ponn, 1993 o novo turismo é definido como:

“New tourism is a phenomenon of large-scale packaging of non-standardized leisure services at competitive prices to suit the demands of tourist as well as the economic and socioenvironmental needs of destinations (p.p. 85)”.

Indubitavelmente, estas transformações no turismo são mais bem analisadas quando Poon (1993) considera como principais forças que levam a esse novo turismo os¹²:

- Consumidores;
- Tecnologia;
- Gerenciamento;
- Produção; e
- Condições estruturais.

¹² Estas forças são demonstradas na figura 2.1

As variáveis que estão intimamente ligadas ao turismo, como defende Poon (citado em parágrafo anterior), caracteriza o nível das transformações do novo turismo. A maioria destas tendências e variáveis está interligada e combina-se para acelerar o passo da mudança. Por exemplo, se por um lado, não há dúvida de que as tendências sociais e econômicas que identificamos irão continuar a encorajar o crescimento do turismo, por outro, a natureza do mercado também mudará com as conseqüentes implicações para o gerenciamento das destinações e produtos (Cooper et al, 2001).

Todavia acompanhando as tendências futuras da demanda turística, Chris Cooper afirma que, continuará a ser influenciada pelas mudanças econômicas e políticas em termos globais. Da mesma forma, as tendências demográficas e sociais dominantes nas populações do mundo todo serão características significativas para os rumos da demanda turística.

A evolução do turismo tem sido caracterizada por uma forte expansão global ligada a diversificação contínua. “Desde 1945 o turismo interno e internacional sofreu quase ininterrupto crescimento, alimentado por uma contínua ampliação de novos mercados, bem como, novos clientes terem entrado nos mercados e os consumidores terem viajado com mais frequência” (Cooper, Scott and Kester, 2006).

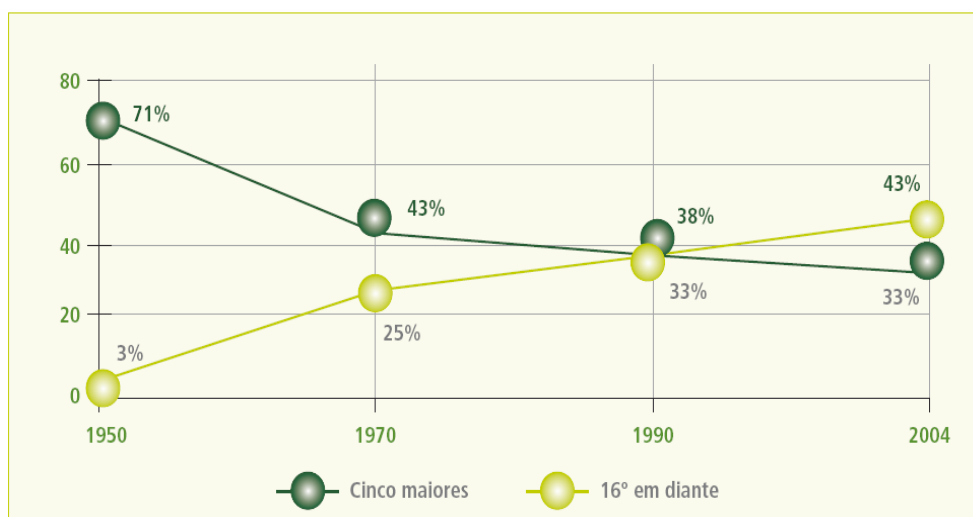
Em termos quantitativos, entre 1950 e o início dos anos do século XXI o número de chegadas de turistas internacionais multiplicaram de meros 25 milhões para cerca de 700 milhões – uma média de crescimento de 6.6 por cento por ano (Cooper, Scott and Kester, 2006). Esses números vêm seguindo uma tendência de descentralização dos destinos, com a ascensão de países como o Brasil, onde os desembarques de estrangeiros aumentaram 150% entre 1995 e 2006, enquanto a expansão média mundial foi de 56,5%.

Não obstante, o turismo doméstico no Brasil é dez vezes maior do que o internacional. As previsões da OMT sugeriam que o setor continuaria a crescer para além do ano 2000 – em média, a uma taxa de 3 a 4% anualmente, sugerindo que o turismo internacional iria dobrar entre 1990 e 2010. As chegadas internacionais de 2006, em todo o mundo, foram da ordem de 842 milhões de turistas¹³.

¹³ OMT, Proyecto de Libro Blanco – Una mirada al futuro del turismo de la mano de la Organización Mundial del Turismo, outubro de 2000 (através do PNT – Plano Nacional do Turismo do Brasil 2007 – 2010)

Nesse quadro de crescimento da atividade no mundo, uma tendência observada ao longo dos últimos anos é de desconcentração dos fluxos internacionais de turistas, com a inclusão de novos destinos nessas rotas, conforme apontamos acima no caso do Brasil. Em 1990, somente 3% das chegadas internacionais se dirigiram para fora dos 15 principais países receptores (Europa, Estados Unidos, Canadá e México). Já em 2004, 43% do total de chegadas internacionais se realizaram fora desses 15 países receptores principais. O Quadro 2.3 apresenta a evolução das chegadas de turistas internacionais no período que vai de 1950 a 2004, para os cinco maiores países receptores do mundo e para o grupo de países classificados a partir da 16ª colocação no ranking, entre os quais se encontra o Brasil ¹⁴.

Gráfico 2.1 – Tendências de Mercado



Fonte: Organização Mundial do Turismo, 2007

O turismo do futuro será flexível, segmentado, customizado e diagonalmente integrado, ao invés do turismo de massa, rígido, padronizado e empacotado dos anos 70 (Cooper et al, 2001 p.p. 495).

¹⁴ (Ibid).

2.2.1 – Tendências a nível Internacional

Este item procura oferecer informações necessárias no âmbito do turismo mundial, através da caracterização desse fluxo turístico, da identificação da sua dinâmica recente e da avaliação das principais tendências para os próximos anos.

O fluxo internacional de turistas apresentou significativos aumentos ao longo dos últimos anos, com exceção apenas do ano de 2001, quando uma série de eventos - ataques terroristas (de 11 de setembro de 2001) e a própria recessão econômica mundial – causou uma grande incerteza sobre o futuro, prejudicando todos os setores da economia dos países. O Plano Nacional de Turismo do Brasil mesmo desconsiderando os resultados insatisfatórios para os Estados Unidos da América, em função dos impactos negativos do atentado de 11 de setembro, os números no restante do mundo indicam um forte crescimento nos países da Ásia, Pacífico, África e Oriente Médio e para o Brasil¹⁵, em particular, contra percentuais bem menores de crescimento para a Europa.

O crescimento das chegadas de turistas internacionais superou 6% em 2007 com um profundo e forte crescimento econômico mundial. Os países em desenvolvimento cresceram 8%¹⁶. A quota de mercado dos países em desenvolvimento cresceu 40% das chegadas internacionais do mundo (desde 34% no ano 2000):

- Num conjunto total, as chegadas de turistas internacionais aumentaram a 898 milhões: um incremento global de 32% e uma média de 4% anual.
- Nos países em desenvolvimento, as chegadas de turistas internacionais aumentaram até os 360 milhões: um incremento global de 54% e uma média de 6% anual.
- Nos 50 países menos desenvolvidos, as chegadas de turistas internacionais aumentaram para 13 milhões: um incremento global de 110% e uma média de 11% anual.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, o número de desembarques internacionais, em 2007, atingiu cerca de 898 milhões (aproximadamente 52 milhões a mais que em 2006, ou seja, +6%), ressaltando-se que o total de desembarques

¹⁵ Com exceção do ano de 2006, por motivos expostos no decorrer deste trabalho.

¹⁶ Dados no site da OMT – Organização Mundial de Turismo.

aumentou de 800 milhões para 900 em apenas 2 anos. Os sucessivos crescimentos do número de desembarques internacionais são atribuídos à contínua expansão da economia global nos últimos anos, particularmente nos países emergentes e em desenvolvimento. Do total de viagens realizadas em 2007, a participação da América do Sul é de 2,2%, e a do Brasil, apenas 0,6%. No entanto, é importante ressaltar que, nos últimos anos, o desempenho do turismo receptivo brasileiro tem obtido resultados bastante satisfatórios no que se refere à entrada de estrangeiros e à geração de divisas¹⁷.

Quadro 2.1 – Chegada de turistas Internacionais por região 2001 - 2005

REGIÃO	2001	2002	2003	2004	2005
ÁFRICA	28,9	29,5	30,7	33,4	36,8
AMÉRICAS	122,2	116,7	113,1	125,9	133,6
EUROPA	395,8	407,4	408,6	424,5	441,6
ÁSIA ORIENTAL/PACÍFICO	110,8	120,3	107,8	137,8	148,7
ORIENTE MÉDIO	25,0	29,2	30,0	36,3	39,7
ÁSIA MERIDIONAL	5,8	5,8	6,4	7,6	8,0
TOTAL	688,5	708,9	696,6	765,5	808,4

Fonte: Anuário Embratur de Turismo por OMT. Notas: Dados de 2001 a 2004 revisados.

Dados de 2005 estimados

O Turismo mundial tem sido tradicionalmente medido pelas chegadas e receitas turísticas internacionais. Todos os anos o turismo tem feito com que uma proporção cada vez superior da população mundial participe na atividade turística, destaca-se como um dos setores socioeconômicos do mundo que mais tem crescido de forma rápida e dinâmica na maior parte dos países.

Novos atores devem entrar na disputa pelas viagens e turismo na escala mundial, provocando uma concorrência acirrada entre os destinos e os operadores de viagens. Aqueles que se adaptarem melhor às orientações do mercado e apresentarem, com maior êxito, as características geográficas e a singularidade dos seus destinos, relativamente à paisagem, cultura, patrimônio e serviços, terão mais sucesso na consolidação da atividade. Trata-se de uma chamada de atenção para os destinos tradicionais e uma oportunidade para os destinos novos. Isso propiciará, seguramente,

¹⁷ Boletim de Desenvolvimento Econômico do Turismo, Embratur.

um desenvolvimento mundial mais desconcentrado, remodelando e reconfigurando o processo de globalização e contribuindo para a universalização dos benefícios do direito ao desenvolvimento para todos¹⁸.

As ações descritas, em conjunto com uma série de mudanças no comportamento dos viajantes, estão modificando o panorama do turismo mundial. Em relação à demanda nos últimos anos, já se vem observando algumas tendências no turismo em decorrência de algumas mudanças no comportamento dos turistas. Dentre as principais estão¹⁹:

- Aumento da competição entre destinos turísticos e entretenimento local – com a diminuição da renda e limitação de tempo para viagens, as pessoas acabam freqüentando cada vez mais lugares e realizando atividades em suas próprias localidades;
- As pessoas tendem a planejar suas viagens sozinhas, fazendo as reservas com pouco tempo de antecedência. Isso prejudica o planejamento dos destinos turísticos, pois há menos previsibilidade sobre o fluxo de turistas futuros;
- Maior sensibilidade das pessoas aos preços, assim como redução dos custos nas viagens a negócio;
- Aumento de parcerias entre o setor público e privado, influenciando no desenvolvimento do turismo;
- Aumento de viagens combinando diferentes motivações: negócios/lazer, lazer/histórico-cultural, etc. Essas combinações são reflexos das mudanças no trabalho e interesse das pessoas em aliar a qualidade de vida (viagens a lazer, ecoturismo, etc.) ao interesse em agregar valor à experiência (culturas diferentes, história local, etc.);
- Maior ênfase na especialização/segmentação de produtos turísticos;
- Realização de viagens de menor duração, porém em maior quantidade;
- As previsões são de que as viagens regionais e domésticas continuem predominando no turismo. Para se ter uma idéia, em 2000, 80% das chegadas internacionais de turistas no mundo se deu dentro da mesma região.

No entanto, os elementos dispersos publicados por várias entidades internacionais, apontam para uma convergência da realidade inquestionável, ou seja, em termos de

¹⁸ PNT – Plano Nacional de Turismo do Brasil, p.p.20.

¹⁹ PRODETUR NE II – Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste Brasileiro.

fluxos de pessoas e de valores de consumo, o turismo interno possui uma ascendência absoluta em relação ao turismo receptor. É perceptível que existe a tendência amplamente generalizada para secundarização do turismo interno, o que encerra uma contradição que importa desmistificar e, eventualmente corrigir. Segundo a OMT, o turismo interno deverá representar cerca de $\frac{3}{4}$ das deslocações turísticas mundiais (Silva, 2006)²⁰.

De acordo com as análises da Organização Mundial do Turismo, calcula-se ser o turismo interno dez vezes maior²¹ que o volume de turismo internacional. De acordo com a pesquisa sobre o mercado doméstico²², esse índice é bem maior para o Brasil, o que aponta para uma perspectiva de consolidação da atividade no País, oportunizando a melhoria da qualidade dos serviços prestados e contribuindo para o desenvolvimento equilibrado do conjunto da economia.

No que concerne às receitas e despesas turísticas internacionais, os EUA são o líder principal (74.4 mil milhões de dólares americanos de receitas). Três dos destinos do Mediterrâneo, mais importante – Espanha, França e Itália – registraram receitas na ordem dos 30 mil milhões de dólares americanos cada.

Quadro 2.2 – Evolução da Receita Turística por Região 2001-2005 (em bilhões US\$)

REGIÃO	2001	2002	2003	2004	2005
ÁFRICA	12,2	12,1	16,1	19,1	21,3
AMÉRICAS	124,4	117,3	115,7	132,1	145,3
EUROPA	234,4	246,9	287,2	328,2	347,4
ÁSIA ORIENTAL/PACÍFICO	83,5	91,9	90,1	119,1	129,0
ORIENTE MÉDIO	11,9	13,5	16,9	25,5	28,6
ÁSIA MERIDIONAL	5,2	5,2	6,8	8,7	9,9
TOTAL	471,6	486,9	532,8	632,7	681,5

**Fonte: Organização Mundial do Turismo – OMT. Notas: Dados de 2001 a 2004 revisados.
Dados de 2005 estimados**

²⁰ Conferência Dr. José Sancho Silva – A especificidade e a importância do turismo interno.

²¹ OMT, Proyecto de Libro Blanco – Una mirada al futuro del turismo de la mano de la Organización Mundial del Turismo, outubro de 2004.

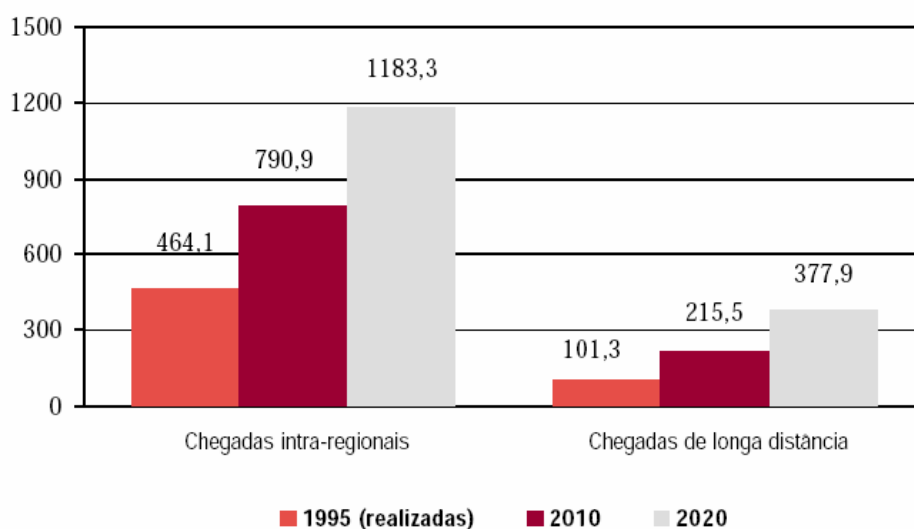
²² MTur/FPE, Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil, 2006.

Segundo a OMT, no ano de 2020, serão 1,56 bilhões de chegadas de turistas internacionais no mundo, sendo destas 1,18 bilhões intra-regionais (76%) e 377 milhões de longa distância (24%).

Há uma série de tendências que permanecem em relação ao futuro da demanda turística. A expectativa é que tanto as viagens internacionais como as domésticas, continuem a apresentar altas taxas de crescimento e que, mesmo com a demanda por turismo concentrada na Europa e na América do Norte, o crescimento econômico contínuo na região do Leste da Ásia e Pacífico resultará na transformação destas nações emergentes em grandes geradores e receptores de atividade turística (Cooper, 2001).

Para 2008 a OMT espera-se que as chegadas de turistas internacionais continuem suas tendências positiva de crescimento este ano, porém num ritmo moderado. As estimações seguem cercadas ao índice de crescimento anual de 4,1% até 2020, previsto pela OMT. Uma vez mais os países em desenvolvimento estariam em primeira linha e se manterão fortes nos últimos anos. Espera-se que a maioria das regiões mantenha sua atual tendência de crescimento em 2008, ainda que em certo modo descentralizada. O gráfico a seguir mostra as previsões de chegadas de turistas internacionais no mundo e por região, para os anos de 2010 e 2020.

Gráfico 2.2 - Previsão de Chegada de turistas internacionais no mundo (em milhões).



Fonte: Prodetur NE II

A demanda turística, portanto, continuará a ser influenciada pelas mudanças econômicas e políticas em termos globais. Da mesma forma, as tendências demográficas e sociais dominantes nas populações do mundo todo serão características significativas para os rumos da demanda turística. Particularmente, elas estão conduzindo as tendências no sentido de viagens mais curtas feitas mais frequentemente, uma ênfase maior no lazer doméstico e a emergência do 'novo turista' todos com impacto na oferta turística (Idem).

Ao acrescentar esta expansão generalizada, o desenvolvimento do Turismo moderno também se caracteriza pelo seu alargamento geográfico. Muitos países têm sido bem sucedidos não só na atração de números significativos de turistas, mas também na sua transformação numa atividade econômica geradora de riqueza. Uma vez apontadas às tendências internacionais, apresentam-se as previsões a nível nacional.

2.2.2 - Tendências a nível Nacional

Este item identifica a evolução e as características dos fluxos turísticos no Brasil. Neste caso, faz-se necessário considerar o estudo através de duas vertentes: i) avaliação do turismo internacional no Brasil, identificando a evolução da chegada de estrangeiros, a composição do fluxo por mercado emissor e as características dos visitantes atuais; e ii) análise do mercado doméstico, com ênfase nos principais emissores e receptores (volume e características).

Para o fluxo turístico internacional no Brasil, interessa-nos analisar o fluxo de entrada ao longo dos últimos 10 anos. De acordo com a figura 2.4, enquanto as chegadas internacionais em todo o mundo tiveram um crescimento da ordem de 56,5 %, no período de 1995 a 2006, no Brasil esses números cresceram da ordem de 150% no mesmo período. No contexto desses resultados positivos e do bom desempenho apresentado pela atividade nos últimos anos, o segundo semestre de 2006 foi afetado em função da crise da Varig (Viação Aérea Rio Grande) e da conseqüente redução na oferta de assentos e vôos nacionais e internacionais, particularmente no que se refere à entrada de turistas estrangeiros sem, no entanto, prejudicar a entrada de divisas²³.

²³ Plano Nacional do Turismo no Brasil.

Quadro 2.3 – Chegada de turistas Internacionais (em milhões)

Período	1995	2003	2004	2005	2006*	Δ% 2003-06	Δ% 1995-06
Mundo	538,0	697,0	766,0	806,0	842,0	20,8	56,5
Europa	309,0	408,6	425,6	441,0	458,0	12,1	48,2
Ásia e Pacífico	85,0	114,2	145,4	155,4	167,1	46,3	96,6
Américas	109,0	113,1	125,8	133,5	136,6	20,8	25,3
América do Sul	12,0	13,7	16,0	18,3	19,6	43,1	63,3
Brasil	2,0	4,1	4,8	5,4	5,0	22,0	150,0
África	20,0	30,7	33,3	37,3	40,3	31,3	101,5
Oriente Médio	14,0	30,0	35,9	39,2	40,8	36,0	191,4

Fonte: Organização Mundial de Turismo – OMT 2006 & Anuário Estatístico Embratur. (*)

Dado preliminar.

O Brasil igualmente a outros países do mundo, em 2001 sofreu uma significativa queda no fluxo de turistas, com a recessão mundial, a crise da Argentina e os atentados terroristas nos EUA. O ano de 2002 também foi de queda no número total de turistas internacionais, apesar de o cenário global já apresentar ligeira recuperação. A partir de 2003 seu crescimento retoma a números significativos e como podemos observar no quadro 2.1 o número de chegadas de turistas internacionais até 2006, entre este período, aumentou na ordem de 22%. Da mesma forma, percebe-se um aumento das viagens domésticas, o uso de aviões sobe de 10,8% para 12,1% e de ônibus de excursão de 6% para 8%, entre 2001 e 2005 (abordaremos estes dados com maior clareza mais adiante).

O quadro 2.4 demonstra a evolução do fluxo turístico internacional ao longo dos últimos anos, a entrada de estrangeiros no país.

Quadro 2.4 - Entrada de turistas Estrangeiros no Brasil (número de turistas)

Ano									
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
2.849.750	4.818.084	5.107.169	5.313.463	4.772.575	3.784.898	4.132.847	4.793.703	5.358.000	5.019.000

Fonte: Organização Mundial de Turismo – OMT 2006 & Anuário Estatístico Embratur. (*)

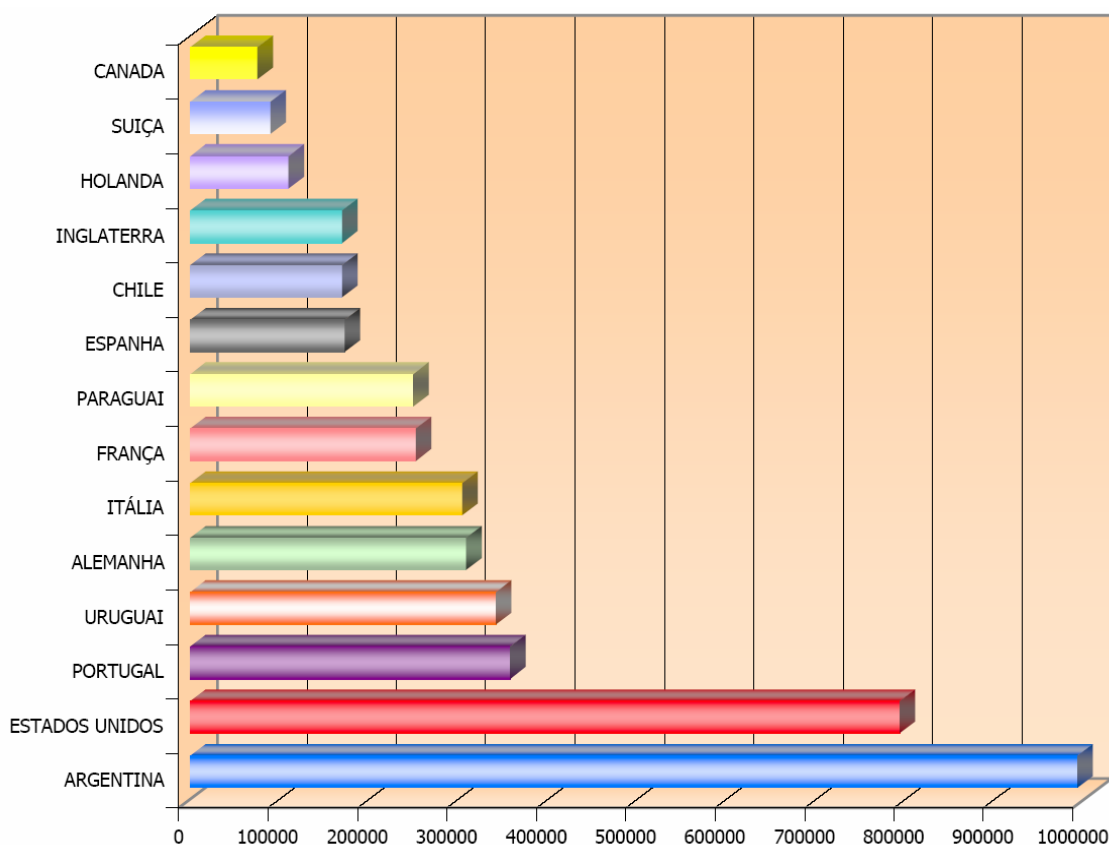
Dado preliminar.

Como se vê pelo gráfico, o total de turistas estrangeiros continuou crescendo constantemente desde 1997 até 2000 os dois anos seguintes representam à queda deste

fluxo e a partir de 2003 a volta do crescimento conforme explanamos acima. É importante ressaltar, no entanto, que o crescimento identificado entre 1997 e 1998 deve-se a mudanças na metodologia de contagem da entrada de turistas internacionais, quando se adequaram às normas nacionais utilizadas pela Organização Mundial de Turismo (OMT). Mesmo assim, durante os três anos subseqüentes (1998-2000), o crescimento foi de 5% ao ano.

Sobre os principais mercados emissores, avaliamos o número de turistas estrangeiros no Brasil e quais são os mercados atuais mais importantes, neste aspecto devemos compreender a questão da localização que restringe o turismo internacional no país e quais são as oportunidades mais visíveis em relação aos emissores dos destinos concorrentes do Brasil.

Gráfico 2.3 – Principais mercados emissores



Fonte: Anuário Embratur de Turismo 2007

A avaliação da evolução de turistas por mercado emissor permite identificar, ainda, que a principal razão para a queda no total de estrangeiros no país foi à retração no número de

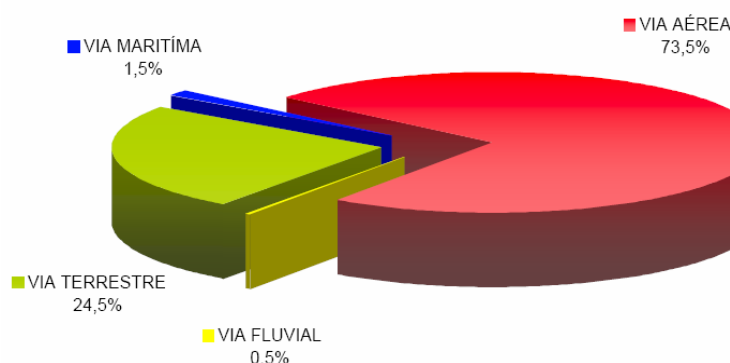
sul-americanos como um todo (de 2001 a 2002), além da drástica queda de emissão da Argentina, percebe-se que a grande maioria corresponde a esses mercados. Em 2001, os sul-americanos representavam 50% do total de turistas estrangeiros no Brasil, ao passo que em 2002 o total caiu para 38%.

De acordo com o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (*PRODETUR NE*) a avaliação dos mercados emissores, no Brasil e nos destinos com propostas semelhantes, permite identificar uma ordem de grandeza para o fluxo internacional no país para o médio e longo prazo. Para tanto, considerou-se as seguintes condições:

- A ausência de fortes mercados emissores próximos ao Brasil, um fator que limita as possibilidades de captação de fluxos internacionais;
- O total de turistas de longa distância que os diversos países conseguem captar, mesmo os que contam com forte atuação promocional da atividade turística;
- Considerável *market share* brasileiro nos mais importantes mercados de longa distância;
- As projeções da OMT para o crescimento do fluxo intra-regional (3,8%) e do fluxo de longa distância (5,4%);
- Um ajuste nas taxas de crescimento (6% para ambos os fluxos), considerando uma recuperação do mercado sul-americano e uma política de promoção internacional mais agressiva (como de fato vêm ocorrendo).

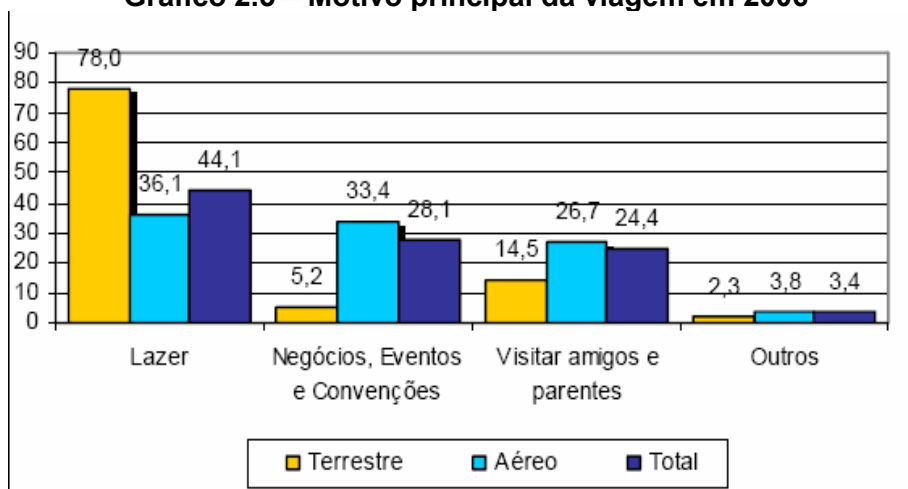
Analisando-se essas características e através de projeções do fluxo por mercado emissor (intra-regional e longa distância), acredita-se que o potencial de captação internacional do Brasil deve se situar em torno de 6 a 8 milhões de turistas no prazo de dez anos (2012).

Considerando as vias de acessos pelas quais os turistas estrangeiros chegam ao Brasil. Quase 75% dos turistas chegam por via aérea, enquanto outros 25% chegam por via terrestre e aquático. Em relação aos anos anteriores, percebe-se um aumento ainda constante da via aérea apesar da crise enfrentada em 2002, com a quebra da Varig, isso demonstra que o país é fortemente dependente do sistema aéreo.

Gráfico 2.4 - Entrada de Turistas no Brasil por via de acesso

Fonte: Anuário Embratur de Turismo 2007.

A seguir o gráfico mostra os principais motivos das viagens em 2006, permitindo compreender as razões da geração de demanda por viagens. Neste caso, conforme podemos observar o lazer continua sendo o principal motivo.

Gráfico 2.5 – Motivo principal da viagem em 2006

Fonte: Ministério do Turismo

As características dos visitantes estrangeiros no Brasil são demonstradas através do estudo da demanda turística internacional, no qual avalia as características da viagem, bem como, a fidelização ao destino, perfil sócio-econômico, grau de satisfação e avaliação da viagem. Desta forma, pode-se conhecer o perfil dos turistas estrangeiros que visitam o Brasil.

Quadro 2.5 – Características dos Turistas Estrangeiros e da Visitação

CARACTERÍSTICA DA VIAGEM			FIDELIZAÇÃO AO DESTINO		
	2004	2005		2004	2005
Motivação da viagem	(%)		Frequência de visita ao Brasil	(%)	
Lazer	48,5	44,4	Primeira vez	33,4	34,5
Negócios, eventos e convenções	28,7	29,1	Outras vezes	66,6	65,5
Visitar amigos e parentes	18,1	22,6	Intenção de retorno ao Brasil	(%)	
Estudo ou cursos	1,6	1,3	Sim	96,3	96,9
Outros	3,1	2,6	Não	3,7	3,1
Tipo de alojamento utilizado	(%)		PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO		
Hotel, flat ou pousada	64,2	59,7	Idade	(%)	
Casa de amigos e parentes	20,8	24,3	De 18 a 24 anos	8,5	8,8
Casa alugada	9,1	8,1	De 25 a 31 anos	17,6	19,7
Casa própria	3,5	2,8	De 32 a 40 anos	26,3	26,4
Camping ou albergue	1,6	2,0	De 41 a 50 anos	24,1	24,2
Resort	-	1,7	De 51 a 59 anos	14,4	13,7
Outros	0,8	1,4	Acima de 60 anos	9,1	7,2
Gasto médio per capita dia no Brasil	(US\$)		Grau de instrução	(%)	
Lazer	57,90	80,78	Sem educação formal	0,6	0,1
Negócios, eventos e convenções	98,21	112,76	Fundamental	2,6	4,1
Outros motivos	48,28	60,18	Médio	32,0	26,9
Total	62,77	78,51	Superior	47,6	49,8
Permanência média no Brasil	(Dias)		Pós-graduação	17,2	19,1
Lazer	11,9	12,0	Renda média per capita mês	(US\$)	
Negócios, eventos e convenções	9,1	8,1	Familiar	4.175,65	4.090,30
Outros motivos	18,9	18,9	Individual	3.153,53	3.204,51
Total	12,7	12,7	GRAU DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO À VIAGEM		
DESTINOS MAIS VISITADOS			Nível de satisfação com a viagem	(%)	
Lazer	(%)		Superou	26,2	29,4
Rio de Janeiro - RJ	33,9	31,5	Atendeu plenamente	59,3	56,9
Foz do Iguaçu - PR	21,7	17,0	Atendeu em parte	12,0	11,6
São Paulo - SP	13,6	13,6	Decepcionou	2,5	2,1
Florianópolis - SC	11,9	12,1	AVALIAÇÃO DA VIAGEM		
Salvador - BA	14,2	11,5		Positiva	Negativa
Negócios, eventos e convenções	(%)		Infra-estrutura	(%)	
São Paulo - SP	51,4	49,4	Limpeza pública	76,1	23,9
Rio de Janeiro - RJ	24,6	22,3	Segurança pública	75,9	24,1
Porto Alegre - RS	7,0	8,2	Serviço de táxi	89,1	10,9
Curitiba - PR	5,6	5,4	Transporte público	82,7	17,3
Belo Horizonte - MG	4,5	4,1	Telecomunicações	78,3	21,7
Outros motivos	(%)		Sinalização turística	74,1	25,9
São Paulo - SP	30,4	32,5	Infra-estrutura turística	(%)	
Rio de Janeiro - RJ	26,7	25,0	Aeroporto	85,7	14,3
Belo Horizonte - MG	6,5	6,4	Restaurante	94,1	5,9
Salvador - BA	7,6	6,3	Alojamento	95,9	4,1
Foz do Iguaçu - PR	6,3	5,1	Diversão noturna	91,3	8,7
ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM			Serviços turísticos	(%)	
Utilização de agência de viagem	(%)		Guias de turismo	88,8	11,2
Sim, pacote	17,5	14,0	Informação turística	86,3	13,7
Sim, serviços avulsos	28,8	24,4	Hospitalidade	98,2	1,8
Não	53,7	61,6	Gastronomia	95,5	4,5

Fonte: Ministério do Turismo

As principais conclusões após análise dos dados acima, foram:

- Prevalece o lazer como o principal motivo das viagens;
- A grande maioria dos turistas possui grau de ensino superior;
- O uso de agências para organizar as viagens é considerável, mas as viagens independentes representam a maior parte;
- Dois terços dos visitantes já havia visitado o Brasil anteriormente, o que denota uma fidelidade ao destino;
- A permanência média é de 12,7 dias;
- O Rio de Janeiro continua sendo a cidade mais visitada;
- Dois terços dos visitantes internacionais utilizam meios de hospedagem comerciais;
- A segurança, a limpeza pública e a sinalização turística são os itens que mais desagradaram aos turistas internacionais, porém existe uma margem significativa de satisfação nestes aspectos.
- A maior parte afirma que a viagem superou ou atendeu plenamente as expectativas.

Agora considerando a análise do turismo doméstico no Brasil, segundo o Plano Nacional de Turismo a consolidação, de forma sustentável, da atividade turística no Brasil deve resultar do fortalecimento do mercado interno, sem desconsiderar a importância da chegada de turistas estrangeiros, que proporciona a geração de divisas para o País. É o turismo doméstico que propicia, por meio de ganhos de competitividade, a musculatura necessária para a inserção da oferta turística nacional no mercado internacional.

O mercado doméstico se mostra com grande potencial para o desenvolvimento do setor no País. Quanto aos desembarques em vôos nacionais verificou-se, em 2007, majoração de 7,89% comparativamente a 2006: desembarcaram, nos aeroportos de todo o País, 50.002.469 passageiros, sendo 47.549.518 em vôos regulares (+9,01%) e 2.452.951 em vôos não regulares (-10,06%) – pode-se especular que tal fato se deve, principalmente, à elevação da renda dos brasileiros, ao crescimento da economia e ao acirramento da competição entre as companhias aéreas.

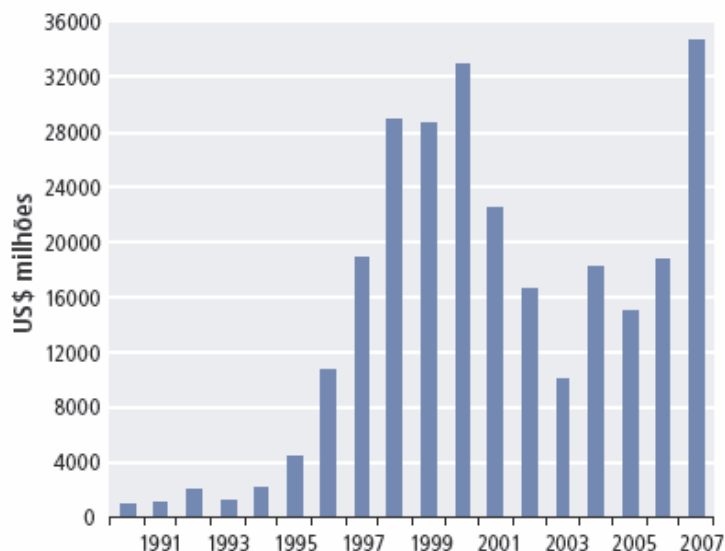
Gráfico 2.6 – Desembarque Doméstico no Brasil (em milhões)

Fonte: Infraero, 2007

O turismo doméstico é o mais representativo para a imensa maioria dos destinos turísticos nacionais, assim como acontece em outras partes do mundo. Os países têm de tomar consciência que o sector do turismo irá depender, cada vez mais, dos seus próprios cidadãos que fazem férias, isto é, do turismo doméstico (Costa, 1999). O número de turistas brasileiros (regionais ou de outros estados) e o número de pernoites gerados por eles representam, geralmente, mais de 80% do total.

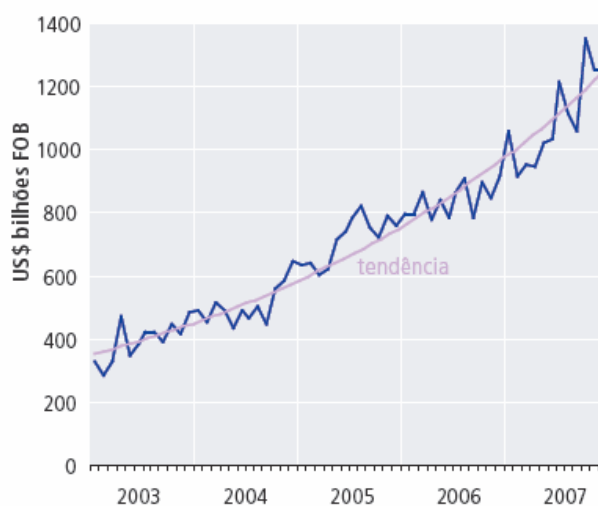
Uma avaliação importante, no entanto, é que os gastos dos turistas internacionais são consideravelmente maiores que dos turistas nacionais. Também é importante frisar, que a participação dos turistas estrangeiros nos meios de hospedagem comerciais é mais representativa, visto que muitos dos turistas domésticos se utilizam de casas de aluguel, de parentes ou de amigos. Assim, a receita gerada por esses turistas é mais relevante que sua participação no fluxo. Ressalvas à parte, os emissores regionais (municípios vizinhos) e nacionais de outros estados resultam, atualmente, na imensa maioria.

Dados divulgados pelo Banco Central revelam que os gastos de turistas estrangeiros em visita ao País alcançaram, em 2007, o recorde de US\$ 4,953 bilhões, contra US\$ 4,316 bilhões em 2006, representando um incremento de 14,76% (EMBRATUR, 2008).

Gráfico 2.7 – Investimento Estrangeiro Direto – 1990 a 2007

Fonte: EMBRATUR

O gráfico 2.8 demonstra que a corrente cambial turística (receita mais despesa) continua crescendo significativamente nos últimos anos, o que mostra o incremento da abertura econômica no setor de turismo. A mesma somou, em 2007, US\$ 13,164 bilhões, contra US\$ 10,080 bilhões em 2006 (+30,60%) (idem).

Gráfico 2.8 – Corrente Cambial Turística - 2003 a 2007

Fonte: EMBRATUR, 2008

O turismo é uma atividade de importância fundamental para o crescimento da economia do País devido não somente a sua contribuição significativa para o aumento do PIB,

como também pela potencial capacidade de geração de trabalho, ocupação e renda, com impactos na melhoria da qualidade de vida da população.

Uma vez analisado o quadro conceitual das tendências do turismo Mundial e Nacional, acreditamos ser relevante à participação de dados que compõem o turismo no Maranhão, desta forma aproximamos a realidade desta aérea ao nosso estudo que se encontra no Centro Histórico de São Luis (Capital do Estado).

2.2.3 – Panorama do Turismo no Maranhão

De forma ampla pretendemos primeiramente fazer algumas considerações a respeito do ambiente no qual o Estado está envolvido, posteriormente dar ênfase as questões do Centro Histórico de São Luis do Maranhão.

Com a análise dos atrativos e produtos turísticos desta área, é claro identificarmos que possui atrativos fortes e diferenciados em seu conjunto como um todo, porém, percebe-se um destaque nas categorias Natural e Histórico-cultural. *“Nessa última, observa-se que os produtos já se encontram razoavelmente trabalhados, necessitando-se de ações no sentido de consolidar a oferta existente”* (Prodetur NE II, p.p. 16).

Para o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste, no que concerne a área do Maranhão, pode-se afirmar:

- **A qualidade e oferta dos serviços turísticos:** Observou-se que, mesmo na capital, onde há uma maior concentração e oferta de serviços e equipamentos turísticos, ainda há uma carência em atividades noturnas e de lazer que induzam a uma maior permanência e gasto do turista.
- **O setor privado:** Apesar de envolvido com o turismo mostrou-se ainda bastante despreparado para as exigências dos principais segmentos de turistas na Área de Planejamento, tanto em relação à falta de visão estratégica do setor, como também ao amadorismo da gestão empresarial. Observou-se ainda uma frágil articulação entre o setor privado e o público em relação à promoção e ao desenvolvimento do turismo, decorrente de uma falta de maior aproximação entre os dois entes.

- **Capacitação profissional e educação:** Considera-se como uma das prioridades para o desenvolvimento turístico na Área de Planejamento a continuidade em investimentos nessa área. A população ainda se mostra pouco conscientizada e qualificada para se integrar ao processo turístico. A articulação entre os diversos agentes e a educação continuada também são essenciais.
- **Turistas:** Um dado comum à maioria dos destinos turísticos e que se repete no Maranhão é que, dos turistas que visitam a Área de Planejamento, a maior parcela provém do próprio Estado ou região.
- **Demanda atual e potencial:** Apesar de haver grandes potencialidades nos atrativos e segmentos atraídos à Área de Planejamento, o custo-benefício de se visitar a região ainda é, atualmente, considerado alto para os turistas provenientes dos principais mercados emissores. Isto quer dizer que os destinos histórico-culturais e ecoturístico da região em estudo ainda se mostram pouco competitivos em relação a concorrentes similares nacionais e internacionais.

No contexto deste programa em sua primeira etapa (PRODETUR NE I²⁴), foi atribuída uma verba no valor de US\$400 milhões, contratado pelo Banco do Nordeste num contrato firmado com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), no qual, coube ao Maranhão a parcela de US\$28 milhões liberada a partir da assinatura do contrato em dezembro de 1998.

Nesta primeira fase do programa foi destinado como ação ao Patrimônio Histórico o valor de R\$ 18,3 milhões. A título de amostragem, uma comparação de uma das obras de recuperação do Centro Histórico de São Luís, antes e depois das intervenções realizadas com recursos do Programa, ficando patente a recuperação física e paisagística.

²⁴ O PRODETUR NE surgiu com o objetivo de financiar projetos que incrementassem o setor turismo em nove estados brasileiros, estados estes em diferentes estágios de desenvolvimento e financiando projetos dos mais diversos componentes, representados por sistemas viários, aeroportos, saneamento básico, recuperação de patrimônio histórico, fortalecimento institucional, entre outros.

Figura 2.2 - Solar Lilah Lisboa (Escola de Música do Estado) – Antes e Após as Intervenções.



Em termos práticos, os investimentos realizados permitiram uma sensível melhoria no ambiente urbano do Centro Histórico de São Luís, apesar de ainda existirem vastas áreas de interesse turísticos que se encontram deterioradas. Conseguiu-se, de fato, criar uma zona recuperada razoavelmente ampla, tanto no âmbito físico, como no econômico e no social. As ações, por recentes, ainda não demonstraram todo o potencial de alavancagem de investimentos privados.

O tecido social, contudo, está revigorado. As diversas funções sociais atribuídas às edificações recuperadas (escolas, faculdades, órgãos governamentais, comércio etc.) trouxeram atratividade à região e permitiram o incremento no fluxo mais qualificado de usuários (tanto os habitantes de São Luís como os turistas). *Para a região de São Luís, recomenda-se manter a ênfase nos atrativos de ordem histórico-cultural, sendo recomendável a melhoria da oferta turística através de qualificação, diferenciação e diversificação*²⁵.

A geografia turística do Maranhão conta com cinco pólos de turismo, zonas turísticas homogêneas e compostas por municípios contíguos, identificados através do Plano Maior (Plano de Desenvolvimento do Turismo do Estado do Maranhão).

²⁵ Conclusões do Prodetur NE I a respeito do Centro Histórico.

Quadro 2.6 – Pólos Turísticos do Maranhão – Plano Maior (2000)

Polo 1 - Histórico-Cultural	
Municípios	Características
São Luís, Alcântara, Raposa, Paço do Lumiar e São José do Ribamar	No pólo estão situadas as principais cidades históricas do estado do Maranhão (São Luís - Patrimônio Histórico da Humanidade pela UNESCO; e Alcântara - primeira cidade maranhense tombada pelo IPHAN), bem como concentra as principais manifestações da cultura popular maranhense (bumba meu boi, tambor de crioula, dança do cacuriá e festejos religiosos).
Polo 2 - Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses	
Municípios	Características
Santo Amaro, Humberto de Campos, Primeira Cruz e Barreirinhas	O pólo compreende os municípios onde está situado o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, a leste da Ilha de São Luís. O Parque é uma área de dunas e lagoas intermitentes, de belezas naturais únicas.
Polo 3 - Delta do Parnaíba	
Municípios	Características
Paulino Neves, Tutóia e Araióses	Esse pólo engloba os municípios que se encontram na Área de Proteção Ambiental (APA) do Delta do Parnaíba, a leste dos Lençóis Maranhenses. Trata-se de uma região de belezas naturais incomparáveis, como dunas, manguezais, baías e ilhas do Delta do Rio Parnaíba, único em mar aberto das Américas.
Polo 4 - Reentrâncias Maranhenses	
Municípios	Características
Cedral, Cururupu, Guimarães e Porto Rico do Maranhão	Neste pólo estão reunidos os municípios da Área de Proteção Ambiental (APA) das Reentrâncias Maranhenses. Situa-se no litoral ocidental da costa maranhense e apresenta inúmeros canais naturais e ilhas habitadas por comunidades de pescadores. Há uma variedade de pássaros, peixes e manguezais.
Polo 5 - Águas, Cachoeiras e Chapadas	
Municípios	Características
Imperatriz, Carolina e Riachão	Situado no extremo sul do Estado, caracteriza-se por receber um grande fluxo de turistas regionais. Os cerrados, com inúmeros rios e cachoeiras, são os atrativos de maior destaque desse pólo.

Fonte: Prodetur NE II

Os atrativos turísticos são classificados em cinco categorias:

- Naturais: consistem de montanhas (picos/cumes, serras, montes/morros/colinas, etc); planaltos e planícies (chapadas/tabuleiros, patamares, pedras tabulares, vales, rochedos, etc.); costas ou litoral (praias, restingas, mangues, baías/enseadas, sacos, cabos e pontas, falésias/barreiras, dunas, etc); terras insulares (ilhas, arquipélagos, recifes/atol); hidrografia (rios, lagos/lagoas, praias fluviais/lacustres); pântanos; quedas d'água; fontes hidromineral e/ou termal; parques e reservas de fauna e flora (nacional, estadual, municipal); grutas/cavernas/furnas; áreas de caça e pesca.

- **Histórico-Culturais:** esta categoria engloba monumentos (arquitetura civil, religiosa/funerária, industrial/agrícola, militar; ruínas; esculturas; pinturas; outros legados); sítios (históricos e científicos); instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer (museus, bibliotecas, arquivos, institutos históricos e geográficos).
- **Manifestações e Usos Tradicionais e Populares:** compõem-se de festas, comemorações e atividades (religiosas populares e folclóricas cívicas); gastronomia típica (salgados, doces, frutas, sucos, bebidas); artesanato; feiras e mercados.
- **Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas:** exploração de minério; exploração agrícola e pastoril; exploração industrial; obras de arte e técnica; centros científicos e técnicos.
- **Acontecimentos Programados:** congressos e convenções; feiras e exposições; realizações diversas (desportivas, artístico-culturais, social-assistenciais, gastronômicas/de produtos, etc.).

Figura 2.3 – Estado do Maranhão e Pólos Turísticos



Fonte: Secretaria de turismo do Maranhão

A análise do conjunto de atrativos da região demonstra que o patrimônio turístico está baseado em duas vertentes, a Natural (com alto potencial de geração adicional de fluxo e satisfação) e a Histórico-Cultural (já razoavelmente trabalhada, podendo, mesmo assim, ser melhorada). As Manifestações e Usos Tradicionais e Populares, pela afinidade que

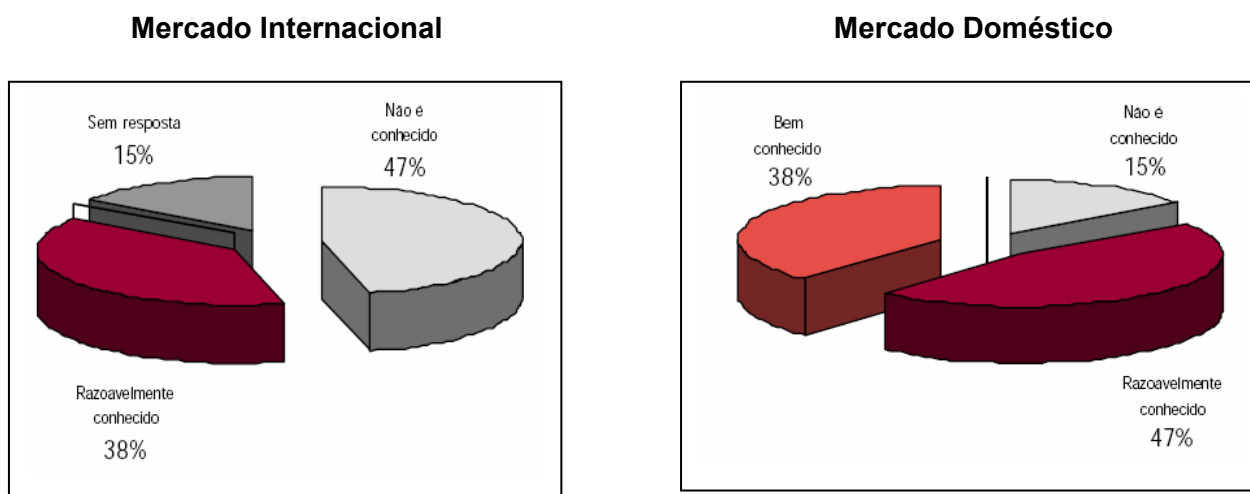
possuem com as demais, podem complementar a oferta turística e ajudar no processo de sua diferenciação no mercado.

Desejamos deixar claro que o atrativo Natural possui maior destaque dentro desta região, devido as suas áreas naturais belíssimas, como é o caso do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, já divulgado no mundo todo e hoje disputa ser uma das sete maravilhas naturais do mundo. A categoria Histórico-Cultural, a segunda mais representativa, o destaque fica por conta dos centros históricos de São Luís e do município de Alcântara.

Além dos destaques naturais e Histórico-culturais o Maranhão também possui Manifestações e Usos Tradicionais e Populares. Nesta categoria, como em nenhuma outra, há presença de um maior número de municípios, apesar de o destaque ficar por conta de São Luís. Na capital estão os elementos mais representativos. Como manifestações Populares o Maranhão possui: artesanato, rica culinária, danças folclóricas, festas carnavalescas, festas religiosas, folguedos e outros.

O Centro Histórico de São Luís está inserido como um dos principais roteiros comercializados, juntamente com os Lençóis Maranhenses, Alcântara, São José de Ribamar e o Delta das Américas. O Estado como um todo já é identificado pelo mercado doméstico como um destino turístico, o que é um grande avanço, porém quando se avalia o grau de reconhecimento pelos turistas internacionais, o resultado é significativamente menor.

Gráfico 2.9 – Conhecimento do Maranhão como Destino



Fonte: Prodetur NE II

Contudo, os recursos turísticos da área em estudo evidenciam uma série de atrativos fortes e diferenciados que, no entanto, possuem apelo a segmentos de mercado com limitações em termos quantitativos.

Através de pesquisa realizada na alta temporada pelo Governo do Estado, o número de turistas de acordo com sua procedência demonstra que 95,72% fazem parte do turismo doméstico, enquanto que, apenas 4,28% são estrangeiros.

Gráfico 2.10 – Turistas segunda sua procedência



Fonte: Pesquisa de demanda turística na alta temporada 2007

Já em relação aos principais motivos que trazem os turistas ao Maranhão, demonstrado através de pesquisa realizada na baixa temporada no mês de novembro de 2006 pelo Governo do Estado do Maranhão, identificaram-se as seguintes motivações para realização da viagem:

Quadro 2.7 – Motivo da viagem – 2006

Motivo da Viagem	Respostas	%
Passeio	213	25,94%
Visita a parentes / amigos	233	28,38%
Congresso / convenção	40	4,87%
Negócios / Trabalho	198	24,12%
Feiras / festivais	10	1,22%
Saúde	86	10,48%
Religião	6	0,73%
Intercâmbio / estudos	14	1,71%
Outros	21	2,56%
Total	821	100,00%

Fonte: Secretaria de turismo do Estado do Maranhão

Quadro 2.8 – Motivo Decisório da viagem (se a passeio) -2006

Motivo da Viagem	Respostas	%
Atrativos naturais (sol e praia)	116	54,21%
Atrativos naturais (outros: serra, sertão)	7	3,27%
Turismo ecológico	2	0,93%
Turismo rural (hotel fazenda/agroturismo)	-	-
Turismo de aventura/esportes	-	-
Manifestações populares	29	13,55%
Patrimônio histórico/cultural	20	9,35%
Preço da viagem mais adequado	3	1,40%
Compras pessoais	32	14,95%
Outros	5	2,34%
Total	214	100,00%

Fonte: Secretaria de turismo do Estado do Maranhão

Uma vez identificada algumas características do Maranhão enquanto destino turístico ressalta-se que a região possui grande atratividade, porém nossa ênfase foi ao produto Patrimônio histórico-cultural que esse destino possui como forma de melhor identificar o alvo de nossa pesquisa. Daremos continuidade desta análise no capítulo 4, e a seguir identificaremos como o turismo cultural e patrimonial está inserido nas novas tendências para o futuro do turismo e qual seu papel, uma vez já abordadas essas tendências em caráter geral.

2.3 - Tendências para o futuro do turismo cultural

Se algo caracteriza o turismo nos últimos anos é a intensidade e a rapidez das mudanças que como sistema organizado de atividades e como produto de consumo está conhecendo. Na realidade esta seria a tendência mais importante a ter em consideração, pois relativiza todas as demais. No entanto, admitindo a tendência global das mudanças pode observar outras, umas de caráter “envolvente”, quer dizer, que estão acima do turismo e que afetam a economia em seu conjunto e outras que podemos denominar “tendências dentro das mudanças do turismo” que se centram fundamentalmente na evolução das preferências e atitudes dos turistas, dando lugar a novos modelos de consumo turísticos.

Dentro das tendências “envolventes” como influências diretas no turismo podem-se distinguir as tendências econômicas, as políticas, as culturais e as demográficas. Dentro das tendências internas temos que distinguir aquelas que podem ser consideradas como características estruturais do setor, como aquelas que só podem apreciar mudanças relativas, e nas de demanda, que vêm experimentando maior transformação nos últimos anos.

Todas estas tendências estão relacionadas em parte com a tendência “envolvente” de globalização e integração e com outras no próprio processo de expansão e amadurecimento do setor turístico. As tendências estruturais são: i) crescimento desacelerado; ii) maior turismo interno, porém cada vez mais exterior; iii) turismo regional, porém em processo de “inter-regionalização”; iv) o alto grau de concentração turística com tendência a dispersão. Dentro das tendências estruturais estão também às mudanças da demanda, que consistem em; i) aparição de novos turistas; ii) mudanças nas motivações e iii) no modo de consumo.

Para o turismo cultural, atualmente a procura é tanto pela cultura atual como também pela passada. Assiste-se nos dias atuais a uma procura sem precedentes por lugares históricos, ligados a *petite histoire*²⁶ ou aos grandes feitos da história política e social mais ampla. A preservação dos valores culturais e ambientais caracteriza-se, crescentemente, como tendência da atualidade.

Apesar do crescimento da procura por turismo cultural na Europa e no restante do mundo, grande parte dos turistas ainda é do tipo institucionalizado ou “buscadores de prazer”. Este tipo de turismo ainda cresce em menor proporção que outros segmentos da demanda turística (v.cap. 1.4), este efeito se deve em parte ao aumento de visitantes culturais “ocasionais”, que dedicam parte de suas férias para visitar lugares culturais, em contraste com os visitantes culturais “específicos”, que viajam expressamente para consumir cultura.

No passado, o turismo e a cultura eram vistos como sendo esferas distintas da prática social, empreendido por distintos grupos sociais em momentos específicos. Para John Urry, no entanto, as barreiras entre cultura e o turismo estão a desaparecer como

²⁶ *Petite histoire* - História das minorias, dos relegados, e a relação entre os diferentes segmentos que compõem as sociedades estudadas (Barreto, 2000 p.p.11).

resultado de dois processos paralelos: A “culturisation” da sociedade e a “culturisation” das práticas do turismo (Richards, 1999). Greg Richards (1999) adota uma definição motivacional ao turismo cultural, que consiste no turista que viaja por motivos culturais – motivos que os próprios turistas definem como sendo culturais.

Em relação ao produto de Turismo Cultural, também tem sofrido algumas alterações nas últimas décadas, particularmente em termos de produto, que Swarbrooke (1995) identifica como estando relacionadas com a seguinte ordem de fatores:

- Crescimento do número de museus ao ar livre, com base na arquitetura tradicional, no patrimônio industrial e na história social (e.g. Skansen na Suíça e Ironbridge no Reino Unido, e eco-museus em França).
- Desenvolvimento de centros e pólos culturais que contam a história do local ou um tema específico (utilizando formas de interpretação mais interativas).
- Aumento da ‘história viva’, onde intérpretes voluntários ou remunerados se vestem de acordo com a época e explicam os locais, e os eventos aos visitantes.
- Competição entre os centros históricos e culturais, e pressão sobre o financiamento (estímulo aos museus tradicionais para se tornarem mais imaginativos e adequados aos seus públicos, bem como, mais empresariais).
- Turismo Patrimonial tornou-se um instrumento da política econômica dos governos regionais (emergindo espaços como antigas ‘docas’ ou fábricas abandonadas como atrações turísticas); e, o uso de tradições rurais e da gastronomia para atrair turistas (e.g. em França, como forma de viabilização econômica das Quintas).
- Exploração de patrimônio científico e tecnológico para a atração de visitantes (e.g. ‘La Villette’, em Paris).
- Ligação entre as artes e o patrimônio para criar novas atrações turísticas (e.g. representações de teatro ao vivo em propriedades privadas em Inglaterra e espetáculos de ópera nas pirâmides do Egito).
- Esforços crescentes na conservação e no realçar do ambiente das cidades, ou do centro das mesmas, o que as transforma em destinos culturais atrativos.
- Fascínio crescente pelo ambiente natural e pela vida animal (emergência de férias para observação da vida animal).
- Desenvolvimento de percursos de carro e pedestres que ligam atrações culturais (circuitos).

- Crescimento do interesse na história do ‘homem comum’, assim como, das ‘elites’ (e.g. a história dos ‘Reis e das Rainhas’).

A conservação dos recursos culturais e o processo de transformação dentro dos produtos turísticos pode ser um real incentivo ao processo de revitalização da identidade cultural, da comunidade ou regional (Jansen-Verbeke and Lievois, 1999:89). Geralmente se presume que a cultura e o turismo são interdependentes. Dado os altos custos envolvidos na conservação do patrimônio cultural e da exploração dos equipamentos culturais, as receitas turísticas são muito necessárias. O dinamismo da cultura, nas suas diferentes formas e expressões, encontra um incentivo e, em muitos casos, um verdadeiro apoio no sector do turismo (idem).

Apesar de não se restringir apenas as questões de infra-estrutura, a atuação do poder público tem nesta, um de seus grandes alvos de atuação para a consolidação do turismo. Decisões tomadas nos próximos anos vão determinar se o patrimônio cultural e o turismo irão atingir o seu potencial para se tornar economicamente e socialmente sustentável, ou se vai ficar uma trajetória insustentável proporcionando benefícios para alguns, a grande custo para os outros. As seguintes questões irão determinar qual caminho seguir (McKercher and du cross, 2006²⁷):

- Interessados em resolver dificuldades entre turismo e patrimônio cultural;
- Desenvolvimento funcional do patrimônio imaterial protocolos e políticas, bem como a sua aplicação; criando novas e inovadoras estratégias de gestão do patrimônio tangível;
- Reconhecendo às necessidades dos mercados emergentes, incluindo China;
- Realistas avaliações do potencial de atrações, especialmente em zonas rurais e comunidades remotas que têm pouco mais para oferecer;
- Adotar políticas de gestão holística que destinam a mudança da procura por parte das mais utilizadas atrações.

Ainda, neste aspecto Swarbrooke (2000:40-42) coloca que há também ameaças ao futuro do turismo cultural, que poderão ser vistas através da concorrência de outras atividades de lazer; do risco de sobrecarga do Turismo Cultural; da padronização do produto; na pobreza da qualidade; na segurança e na excessiva comercialização.

²⁷ Em Dimitrius, B. & Costa C. 2006, Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools

2.4 - O novo perfil do turista cultural

O consumo individual do Patrimônio tem sido negligenciado na Gestão do Patrimônio (McIntosh, 1999:41). Prentice (1993) esteve na origem de alguns dos estudos existentes, procurando demonstrar a relevância das preferências do indivíduo em contextos específicos, enquanto que outros procuram um conhecimento que possa levar a tirar conclusões quanto ao valor atribuído à visita do Patrimônio pelos turistas culturais (McIntosh, 1999:42).

O Turismo Cultural é conduzido pelas motivações do turista para conhecer as atrações históricas, artísticas, científicas ou estilos de vida e herança sócio-cultural de uma comunidade, região ou instituição (Silberberg, 1995), pelo que representa uma área de significativos benefícios potenciais para os seus agentes de desenvolvimento e comunidades (McIntosh, 1999:42). Jansen-Verbeke (1988) comprovou que 10% das viagens de cidade envolvem uma visita a um museu (apesar de nem sempre essa visita constituir a motivação principal para a visita da cidade).

Ainda não existe um consenso real sobre as definições de turismo cultural e turistas culturais e ainda menos sobre os motivos dos turistas patrimoniais (Jansen-Verbeke and Lievois, 1999). O fato de o turismo cultural contar para aumento do volumes de viagens pode ser entendido como uma mudança no padrão de motivações individuais, como compreender outras culturas ganhando novas perspectivas de vida. Visitas culturais, patrimônio histórico e tesouros arqueológicos agora estão se tornando importantes motivos para viajar.

Richards (1996) adverte que nem todos os turistas visitando atrações culturais podem ser automaticamente classificados como turistas culturais, enquanto ele, Silberberg (1995) e estudo na Pensilvânia (DKS, 1999) mostram diferenças em função da importância do patrimônio cultural como motivador da viagem (McKercher and du Cros, 2002: 215).

McKercher and du Cros (2002) combinam duas dimensões de importância do patrimônio cultural como, uma finalidade da viagem (centralizada), e experiência de profundidade, para categorizar em cinco grupos os turistas culturais:

1. Turista Cultural Proposital (Alta motivação / experiência profunda)
2. Turista Cultural "Sightseeing" (Alta motivação/experiência superficial)

3. Turista Cultural Casual (Motivação moderada/ experiência superficial)
4. Turista Cultural Acidental (baixa motivação/ experiência superficial)
5. Turista Cultural Ocasional (baixa motivação/ experiência profunda)

Os turistas motivados culturalmente selecionam um destino turístico, em função dos seus interesses culturais e facilidades oferecidas em uma área destino. Eles são altamente motivados para aprender e se beneficiar de cada oportunidade. Completa Jansen-Verbeke and Lievois (1999) baseados em diferentes tipologias e estudos, o mercado de turistas culturais podem ser divididos em três segmentos distintos:

Figure 2.4 – Turismo Cultural



Fonte: Dimitrius, B. & Costa C. 2006

Já para Laws, 2001:80 o consumo cultural de um local pode ser justificado por três razões econômicas: é uma direção de recuperação econômica; financia a preservação e desenvolvimento; e ele pode ser menos prejudicial do que utilizações alternativas, ou negligência.

Assim como nem todo o produto cultural está disposto, apto ou pronto para atrair turistas, também nem todas as pessoas se interessam por Cultura. Segundo Laws (2001) existem também motivos para visitar áreas patrimoniais que devem corresponder a abordagens de gestão distintas (Laws, 2001:84).

Quadro 2.9 – Motivações de visitas ao patrimônio e a gestão de sítios

Principais motivos para visitar sítios patrimoniais	Abordagem gerencial
Aprendizagem formal	Interpretação; apresentação;
autenticidade.	Guias treinados; ênfase na
Curiosidade; aprendizagem informal	Simples interpretação;
atividades.	Desenvolvimento de outras atrações e
Entretenimento;	Desenvolvimento dos sítios para
Divertimento	maximizar as oportunidades comerciais

Fonte: Laws, 1996 p.p. 84

Assim, pode-se afirmar que, o mercado do Turismo Cultural tem características muito próprias, mas nem todos os consumidores seguem as mesmas motivações, pelo que, será necessário aos gestores do Patrimônio monitorizar e avaliar, as necessidades e expectativas dos seus visitantes, para conseguir providenciar os recursos com a resposta necessária (Richards, 1993). Os Fatores que contribuem para a emergência do mercado: Turismo Cultural e Patrimonial e os motivos apontados para a emergência do mercado e suas características são apontados como (Bianchini e Parkinson, 1993; Richards e Bonink, 1995; Richards, 1996).

- Expansão da classe média e de níveis educacionais mais elevados nos últimos 20 anos.
- Em média os turistas culturais provem de uma classe social mais elevada.
- Número crescente de mulheres da nossa sociedade em posições de poder e responsabilidade, uma vez que as mulheres tendem a ser mais orientadas para a Cultura que os homens.
- Maior conscientização para os problemas causados pela exposição em excesso aos raios ultravioletas.

- Aumento das despesas em serviços culturais e atividades de lazer pelos consumidores e do interesse pelo consumo de cultura e patrimônio.
- Maior apetência pelo consumo de produtos culturais tradicionais: museus, locais históricos e monumentos; em vez das artes, pela maior 'competência cultural' que exigem aos visitantes.
- Aumento das oportunidades culturais e expansão dos equipamentos culturais.
- Alargamento do acesso à educação e conseqüente generalização do consumo de produtos culturais; acompanhado pela democratização das práticas turísticas e da disponibilidade de mais tempo para atividades de lazer.
- Visitantes exercem em número elevado profissões culturais e na classe dos serviços, e integram um número elevado de estudantes.
- Não existe um alargamento do mercado cultural, mas uma participação mais freqüente de um grupo de consumidores.
- Maior número de períodos de férias curtas; redução das horas de trabalho; reformas antecipadas; maior longevidade da população.
- Necessidade de ruptura, de evasão das pessoas com o trabalho e as pressões quotidianas; e necessidades de cultura (criadas pela elevação dos níveis educacionais) e de comunicação, diversão e animação (formas que se prendem com a procura de uma identidade cultural, mas também de convívio).
- Maior consciência ambiental, politicamente tolerante e apreciadores da diversidade cultural; viajam com maior freqüência e possuem cultura muito vasta; não adquirem lembranças, mas antes artesanato, do qual gostam de conhecer os segredos da confecção; não se importam de utilizar meios de transporte menos sofisticados, se os pode conduzir a locais de grande beleza; não se importam de gastar dinheiro desde que sintam que foi bem empregue; apreciam a excelência e gostam do autêntico.

Não é apenas o perfil do mercado de Turismo Cultural que outros ramos do sector turístico desejam, mas também o crescimento da importância da cultura como motivação para viajar, que as tendências sociais evidenciam (Rodrigues, 2000). Os dados resultantes do inquérito promovido pela ATLAS aos visitantes culturais entrevistados em quarenta e três importantes atrações turísticas (Richards, 2001) mostraram que: 31% dos entrevistados viviam ou trabalhavam em lugar de atração cultural que visitavam algo menos de 40% eram turistas estrangeiros. Apesar da importância dos turistas em número

total de visitantes, nem todos os turistas, se definiam como turistas culturais. E ¼ disseram que estavam em férias culturais.

Quando foi perguntada a razão concreta para visitar uma atração, os visitantes estavam mais que de acordo com a resposta para 'aprender coisas novas'(66%), e para relaxar (64%). Parece que o turismo cultural está se convertendo em um produto para experimentar, em que a visita se julga por todos os atributos da atração e não somente por culturais. Enquanto as atrações visitadas nos museus e monumentos seguem dominando o mercado do turismo cultural. Quase 56% dos entrevistados visitaram museus e quase 33% monumentos. As galerias e exposições são algo menos popular (25%), porém, os menos visitados são os centros de espetáculos artísticos (13%) e os festivais (9%).

Outro aspecto significativo desta investigação foi à análise de quando as pessoas decidem visitar uma atração cultural (Richards, 2001). Quase 47% dos turistas disseram que tomaram a decisão antes de sair de casa. Quase 24% só haviam decidido durante a viagem e 30% uma vez chegando ao destino. Isto indica a importância das atrações culturais para chamar a atenção dos turistas antes que cheguem ao seu destino.

Outras informações de dados resultantes do inquérito promovido pela ATLAS (Richards e Bonink, 1995) mostraram que: cerca de 20% dos visitantes culturais entrevistados podiam ser caracterizados como 'turistas culturais específicos' (ou seja, possuíam o motivo específico de visitar a atração cultural); o turista cultural médio visitou 3 atrações culturais durante a estada; possuíam um grau de instrução superior e provinha majoritariamente de grupos socioeconômicos elevados; mais de ¼ continuaram a formação até ao nível da pós-graduação; apenas 3,2% dos visitantes totais inquiridos estavam desempregados; quase 1/3 pertencia ao grupo dos 20 aos 29 anos (elevado número de estudantes na amostra); número elevado de ocupações culturais entre os visitantes - quase 12% trabalhava em ocupações relacionadas com patrimônio e museus, 10% nas artes do espetáculo e quase 18% estavam ligados às artes visuais.

Para tanto, o tipo de segmentação a implementar deverá resultar de uma análise cuidadosa do mercado que possibilite estabelecer as motivações particulares que se podem relacionar com produtos específicos.

2.5 Conclusão do Capítulo

O Turismo é uma atividade econômica fundamental, em termos de Produto Interno Bruto, de emprego e comércio externo internacional, surgindo regra geral associado a benefícios e contributos econômicos. Para além das condições económicas apontadas para o desenvolvimento do Turismo Mundial, assiste-se: a uma evolução demográfica positiva que origina maiores oportunidades de viagem para o Turismo Sênior; à redução dos tempos de trabalho; à necessidade de férias ativas; a motivações diferenciadas que têm conduzido por outro lado ao aparecimento de novos produtos.

Um dos problemas mais persistentes no desenvolvimento do Turismo é a sazonalidade ou a concentração do Turismo em zonas específicas – litoral, principalmente em épocas específicas do ano, como no verão. Contudo, o Turismo Cultural é encarado como um veículo potencial para alargar o Turismo quer espacial, quer temporalmente, porque é relativamente independente das estações e pode conduzir o turista a visitar novos locais.

O crescimento do Turismo Cultural deve gerar alterações na composição da participação cultural, visto que, é com grande frequência desenvolvido para trazer novos visitantes a uma região específica e numa tentativa de alargar o acesso às infra-estruturas culturais quer pelos residentes quer pelos visitantes. O motor para o crescimento do Turismo Cultural ao longo dos últimos 20 anos tem sido por: o aumento do rendimento disponível, dos níveis educacionais e a disponibilidade de mais tempo livre para atividades de lazer. Pelo que, nesta perspectiva, o Turismo Cultural não será diferente das outras áreas de lazer. A evolução do Turismo Cultural no caso no Brasil é atribuída ao contexto das inúmeras tentativas de reestruturação social e económica que o país vem sofrendo ao longo dos últimos anos, e estabelece com fortes tendências aos locais onde possui oferta disponível.

A título de conclusão, pode-se reconhecer que ao nível da procura, as estatísticas parecem evidenciar um crescimento do segmento Turismo Cultural, porém para alguns autores muito deste tipo de turismo se agrega ainda as outras forças que determinam a demanda turística, não demonstram que tenha existido um alargamento da base deste mercado, mas sim uma participação mais frequente por um grupo relativamente reduzido de consumidores.

Capítulo 3 - Desenvolvimento e Gestão do Turismo em Centros Históricos

*“Sem infra-estrutura básica,
sem educação, sem profissionalismo,
sem ética, não há turismo saudável”.*
Luiza Neide Coriolano.

3.1 Introdução

O futuro do turismo está condicionado por uma série de mudanças nos padrões da procura, e por preocupações relacionadas com os impactos sócio-culturais, ambientais e econômicos do desenvolvimento turístico, razão pela qual, a elaboração de planos de desenvolvimento a nível nacional, regional e local é cada vez mais incontornável. Um outro aspecto a ressaltar, consiste na realização desse planejamento abrangendo as diferentes microrregiões de um Estado, envolvendo a participação ativa das comunidades organizadas. Um terceiro fator e de suma importância neste contexto, é que o turismo não planejado pode provocar a destruição do privilegiado sistema natural e dos atributos sócio culturais, que constituem um grande patrimônio para ele.

Os capítulos a seguir estão relacionados às questões significativas das formas de gestão e planejamento turístico inserido num contexto urbano, como forma de reestruturação e revitalização de áreas com potencial ao Turismo Cultural. No primeiro momento nos preocupamos em entender a importância da gestão estratégica e do planejamento urbano (ponto 3.2), a atuação nos espaços urbanos, a nova postura profissional e política, envolvendo parcerias e compreendendo o organismo dinâmico que é a cidade. Em seguida, tratamos de perceber as perspectivas do planejamento estratégico regional, numa visão alargada de nossa região do Nordeste do Brasil (ponto 3.2.1).

Refletir sobre a preservação de núcleos urbanos possuidores de patrimônio cultural, investigando a possibilidade de promover gestão urbana que potencialize sua vitalidade através da busca de alternativas de gestões adequadas que beneficiem a todos os envolvidos, aproveitando as possibilidades que a atividade turística oferece, levou-nos a criar os pontos relativos à Gestão do Patrimônio Histórico e Cultural (3.3), enfatizando a reestruturação da oferta turística, e mais precisamente perceber o planejamento e a gestão da oferta turística em Centros Históricos (ponto 3.4), avaliando questões políticas, econômicas e sócias atribuídas a estas áreas.

3.2 – A importância da gestão estratégica e do planejamento Urbano

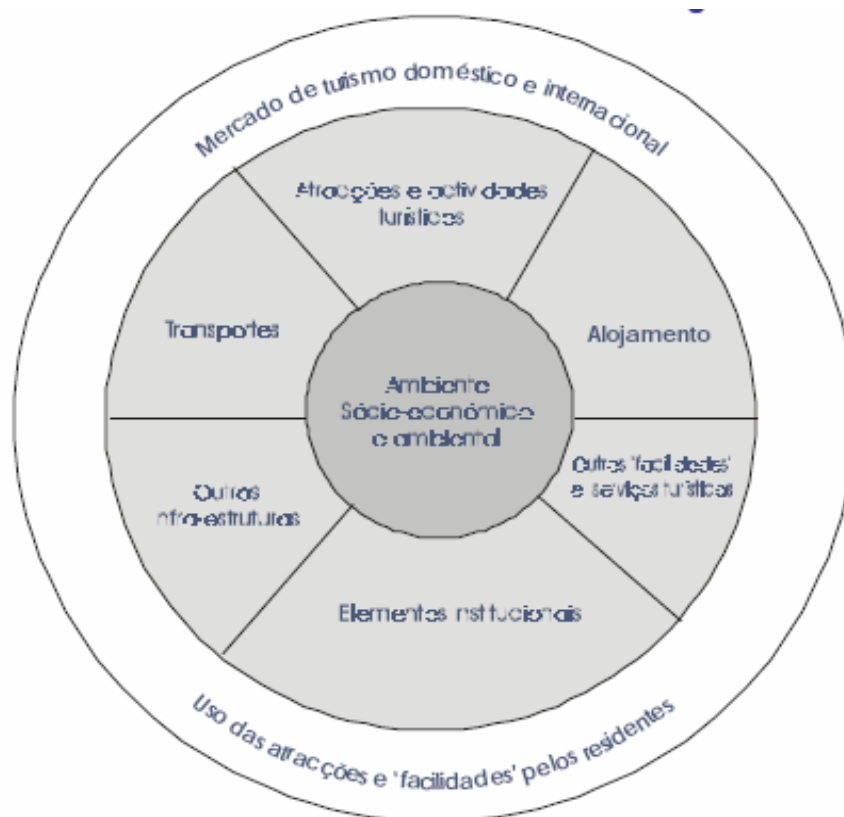
Neste ponto apresentam-se as tendências dos processos de planejamento e a importância que a gestão estratégica assume nas cidades. Tendo em consideração a importância atual e potencial para o futuro que o turismo encerra, particular atenção tem vindo a ser dada à necessidade de que o sector venha, cada vez mais, a pautar-se por formas de desenvolvimento equilibradas (Costa, 2003). Para incorporar o turismo ao plano de desenvolvimento de um país ou região, deve ser organizado e desenvolvido de acordo com uma estratégia construída sobre fundações sólidas, conforme atentaremos a seguir.

Para Molina & Rodriguez (2001), “é praticamente impossível propor uma metodologia como única e verdadeira “correta” para planejar”. Um plano estratégico e integral de desenvolvimento do turismo contempla o planejamento de forma global, mas tendo sempre em conta os interesses da comunidade, do turista, dos empreendedores dos sectores específicos e das entidades financiadoras. Os objetivos do desenvolvimento turístico sustentável deverão alicerçar-se na ideia de conseguir a satisfação dos turistas e dos cidadãos e o retorno dos investimentos, com o mínimo de impactos ambientais e sócio-culturais.

O planejamento não é um processo fácil de ser implementado, assim como não representa a solução para todos os problemas. Quando se propõe planejar, tem-se por base que este processo servirá de orientação para tomada de decisão. Também não se afirma que há modelo mais aplicado indicado de aplicabilidade para toda e qualquer localidade. O modelo de Planejamento deve ser flexível, adequando-se e respeitando as diferenças e particularidades das populações, dos municípios e das regiões em que serão inseridos (Almeida, 2006).

De modo a desenvolver estratégias para promover o desenvolvimento do turismo, é imprescindível o conhecimento das componentes do sector e as relações que se estabelecem entre elas. A figura seguinte mostra as várias componentes do turismo que derivam do ambiente socioeconômico onde este está inserido, dos mercados de turistas internacionais e domésticos que serve, e do uso, pelos residentes da área, das atrações, serviços e infra-estruturas.

Figura 3.1 – Componentes a ter em conta no desenvolvimento de um plano ou estratégia no âmbito do turismo



Fonte: Inskeep, 1994 p.p.39

Blowers e Evans (1997) defendem que o planeamento pode ser (re)definido como uma atividade prática que a partir das tendências do passado, faz projeções para o desenvolvimento do futuro, identificando constrangimentos e oportunidades. A ideia de que o planeamento deve recair sobre o que a sociedade realmente quer para o futuro ganha gradualmente consistência, sendo cada vez mais consensual entre os planeadores.

Para compreender de forma clara as questões do planeamento, apontamos as três grandes divisões temporais ao nível desta atividade, porém a ênfase deste estudo será para o estudo do planeamento contemporâneo.

Quadro 3.1 - Realidades e tendências da evolução da teoria e prática do planejamento.

Até aos anos 1970	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes projetos de desenvolvimento; • Intervenções mais ou menos extensivas; • Técnica e ideologia (Racionalismo científico); • Ações integradas de desenvolvimento; • Regulação do uso do solo; • Zoneamento; • Política pública de desenvolvimento.
Anos 1970 - 1990	<ul style="list-style-type: none"> • Alteração do plano para o projeto; • Concepções mistas de intervenção (público e privado); • Intervenções 'cirúrgicas'; • Abordagens técnicas (Racionalismo mercantilista); • Ausência de ideologia; • Gestão do processo de desenvolvimento.
Novas tendências emergentes	<ul style="list-style-type: none"> • 'Back to the future'; • Técnica e ideologia (racionalismo ideológico); • Visão sistêmica (integrada) da realidade; • Perspectiva holística, inclusiva de agentes; • Estratégias de cariz local (localismo); • Modelos 'Bottom-up' e redes de organizações.

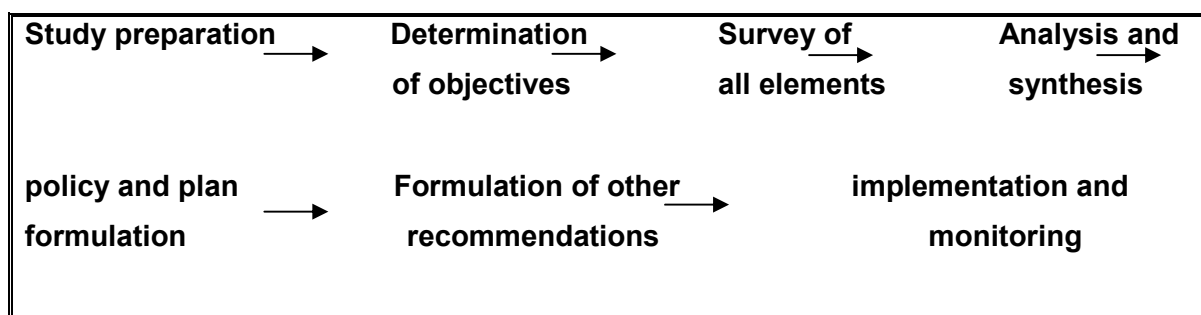
Fonte: Costa, 2000.

Contudo, a atividade do planejamento irá, cada vez mais no futuro, orientar-se e solidificar-se em torno das seguintes áreas-chave: (i) criação de um capital intelectual, que lhe permite atingir soluções mais ricas e tecnicamente sustentáveis; (ii) criação de um capital social que lhe permita construir medidas de política e de estratégia de atuação mais inclusivas dos agentes sociais e, como tal, mais próximas dos destinatários do 'produto final'; (iii) criação de um capital político que lhe permita estar mais próximo dos agentes sociais e que reflita, e legitime as suas vontades e quereres do futuro; (iv) criação de um 'capital institucional' que se paute por fóruns de atuação onde os diferentes agentes possam interagir e expressar-se convenientemente e onde o capital social e político possam florescer; (v) criação de um 'capital econômico' para que as decisões, ao serem tomadas em consonância com os agentes intervenientes no processo de desenvolvimento, possam passar, de fato, da fase do projeto para a fase da implementação (Costa, 2000).

Cabe-nos enfatizar as questões do planejamento estratégico do turismo, que estabelece os principais pontos do desenvolvimento turístico, como: *processo destinado a determinar os objetivos gerais do desenvolvimento, as políticas e as estratégias que orientarão os*

aspectos relacionados aos investimentos, ao uso e ao ordenamento dos recursos utilizáveis com esta finalidade (Acerenza, 2003 p.p. 86). O planejamento estratégico é tipicamente mais orientado para mudanças rápidas de situações futuras e como lidar com estas alterações organizacionais. São ações mais orientadas e preocupadas com a movimentação de acontecimentos inesperados.

Figura 3.2 – Processo de planejamento turístico



Fonte: OMT, p.p.12

O processo de planejamento estratégico pode ser originado por um conjunto de razões que incluem (Hall e McArthur, 1998): pressão dos agentes locais; necessidade percebida (de novas estruturas, regulamentos e estratégias) para desenvolver Turismo Sustentado; resposta à crise (o sistema de gestão e planejamento falharam na sua adaptação ao meio); melhor prática (para, por exemplo, adotar novas idéias e técnicas na gestão do Patrimônio); adaptação, inovação e difusão de idéias, dentro e entre os órgãos de planejamento turístico e as agências de gestão.

A reestruturação urbana esteve nalgumas cidades, na origem de um centro urbano, dominado por funções financeiras e administrativas de nível superior, por residências da classe média e média alta, e pelos equipamentos comerciais, hotel, restaurantes e infra-estruturas culturais, fornecendo oportunidades de recreio para estas populações e afastando a classe trabalhadora para os subúrbios e periferia urbana (Smith, 1996:354). Como modelo alternativo emergiu a continuidade do declínio do centro urbano, pelo que, o reinvestimento nestes espaços surge como a única hipótese para a revalorização, onde o Turismo emerge como oportunidade.

Contudo, ARANTES (2000) concorda que as tendências atuais do planejamento urbano e, particularmente, do inspirado no planejamento estratégico, enfatizam a cultura como

emblema, utilizando-a como rótulo para obtenção de respaldos e adesões unânimes, que ocultam interesses e fins, estes efetivamente estratégicos.

As paisagens manipuladas racionalmente em nome de interesses instrumentais estão tendencial e felizmente, fadadas ao fracasso, pois os processos sociais têm em si a capacidade de criação de novas apropriações efetivas dos lugares. Como argumento de convencimento social, as intervenções estratégicas na paisagem urbana apresentam limitações, já que o estímulo incessante do novo avisa sobre a fugacidade que atinge ao final, a tudo e a todos (Pereira, 2002).

Esse tipo de intervenção com objetivos claros de reciclagem espacial e cultural da imagem urbana, evidenciando clara tendência à *gentrificação*, tem início na década de 60 nos Estados Unidos e na Europa Ocidental. São inúmeros os exemplos desta tendência, como os do Battery Park em Nova York e o da clássica requalificação do SoHo, em Manhattan. Para ARANTES (2000: 32), nestas intervenções, já havia *“um conjunto movido a transgressões sistemáticas da legislação com a mal disfarçada aquiescência da administração local”*.

No entanto, para Smith (2003:158) o que concerne o planejamento urbano é mais democrático, inclusivo e participativo. Isso se reflete nas políticas culturais, que é cada vez mais tendente a maximizar o acesso às comunidades locais e visitantes. Bianchini, (1999) revela que o conceito de planejamento cultural adotou uma definição ampla de recursos culturais, consistindo de (Smith, 2003 p.p.158):

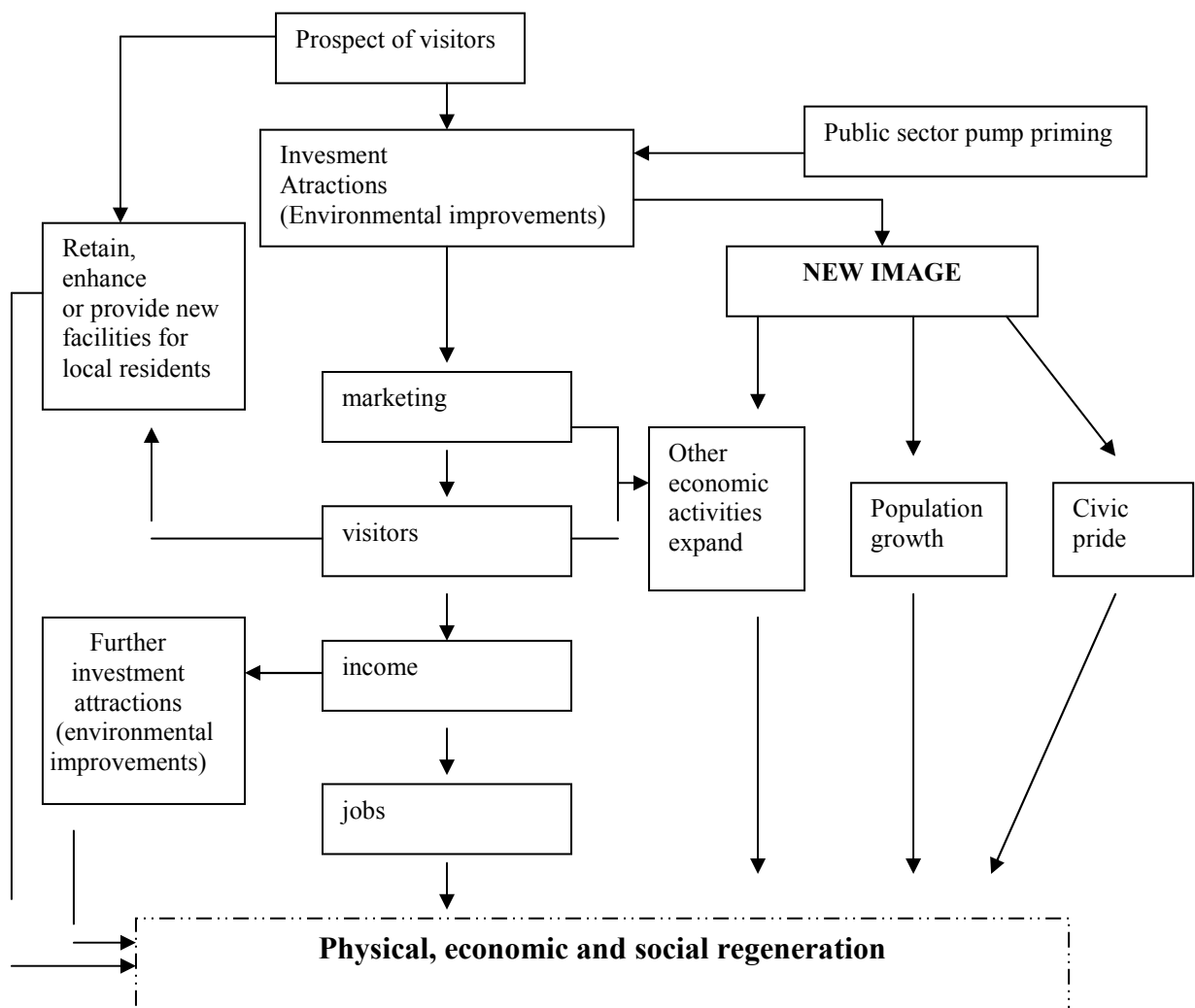
- *Atividades de artes e mídias e instituições;*
- *A cultura da juventude, das minorias étnicas e de outras "comunidades de interesse";*
- *O patrimônio, incluindo arqueologia, arquitetura, gastronomia, dialetos locais e rituais;*
- *percepções local e externa de um lugar, como expresso em anedotas, canções, literatura, mitos, guias turísticos, a cobertura mediática e sabedoria convencional;*
- *O ambiente natural e construído, inclusive públicos e espaços abertos;*
- *A diversidade e a qualidade de lazer, cultural, comida, bebida, e atividades de entretenimento;*
- *O repertório de produtos locais e habilidades no artesanato, indústria e serviços.*

As cidades, cada vez mais refletidas com base em orientações internacionais para o planejamento urbano, têm sido promovidas para o empresário, o turista e o cidadão

(ASHWORTH and VOOGD,1991), sendo buscada larga adesão social para os projetos de promoção urbana.

Ao trazer o pensamento estratégico e empresarial para a esfera da administração urbana, consultores “estrategistas” difundem a proposta de que características da paisagem urbana devem ser utilizadas como um dos principais trunfos na competição por recursos e investimentos. Contudo, as estratégias de imagem para as cidades foram usadas em diversos países, o quadro a seguir (3.3.3) sintetiza as vantagens das estratégias de reabilitação da imagem, propiciado pelo turismo urbano, demonstrando que abrangem áreas muito para além do seu fim específico.

Figura 3.3 – Turismo e Regeneração Urbana



Fonte: Laws, 1994 pp. 602

Neste sentido, as intervenções na paisagem urbana e a produção de imagens construídas e/ ou alteradas por processos comunicacionais, se reveste de forte intenção estratégica, mobilizando a cultura em busca de novas sincronidades entre paisagem e imagem. A modernização de espaços da cidade imediatamente conduz a uma modernização reciclada das imagens urbanas, com o poder de parecer atualizar a paisagem e conquistar novos valores estratégicos. Grande parte do sucesso destas formas de turismo depende da sua organização eficaz, bem como, do desenvolvimento de instalações físicas adequadas. Assim, o planejamento estratégico emerge como a forma de planejamento que melhor responde às necessidades atuais de flexibilidade e melhor integra a complexidade que este processo envolve (Laws, 1994:153).

O modelo de planejamento urbano e turístico contemporâneo quer se trate do planejamento participado, do estratégico ou para o sustentável, aconselham a formação de parcerias nas cidades que pretendem atrair turistas (ver ponto 3.3). A atuação no espaço urbano requer, assim, nova postura profissional e política, com agregação de novos parceiros e com a compreensão do organismo dinâmico que é a cidade. A seguir tratamos de descrever a importância do planejamento estratégico regional e em conjunto clarearmos a situação da região em que nosso estudo de caso se encontra.

3.2.1 – Planejamento estratégico Regional: uma perspectiva do Nordeste Brasileiro

Qualquer estudo ou análise realizado na área do turismo deverá ter como base o estudo das características do território em causa, de modo a que se perceba, de forma holística, o funcionamento da base natural, econômica e social que suporta o desenvolvimento do sector.

À medida que os governos reconhecem a importância do turismo na geração de lucros e, das tão necessárias, divisas, na criação de empregos e em sua contribuição para a receita fiscal de um país, torna-se mais intensa a concorrência para atrair os gastos dos turistas. E dada às pressões para que os governos nacionais e municipais desenvolvam rapidamente seu potencial turístico a fim de atender a demanda e produzir benefícios, torna-se mais essencial do que nunca um planejamento cuidadoso e uma avaliação dos efeitos do desenvolvimento do turismo em termos humanos e ambientais. (Francesco Frangile, 2002 apud Theobald 2002).

O interesse mundial pelos problemas regionais e pelo planejamento regional foi apontado por Almeida (2001) como resultado de questões como reivindicações regionalistas, política de justiça e solidariedade nacional, idéias de maximização do uso dos recursos naturais e humanos e a preocupação em prevenir o agravamento dos problemas criados pelos êxodos rurais. A assimetria regional é uma característica facilmente identificada, especialmente nos países em vias de desenvolvimento onde se apresenta de forma mais acentuada. As diferenças entre as regiões distintas de um determinado país nos mais diferentes aspectos exigem estratégias específicas de atuação.

A capacidade que as atividades turísticas possuem para estruturar as economias regionais aconselha a que se envolva um esforço metodológico de caracterização tipológica das relações entre o turismo e a sua realidade territorial envolvente. Este esforço de operacionalização constitui um importante pressuposto de fundamentação de estratégias de desenvolvimento que possuem elevados níveis de compatibilização com a realidade e se transformem em verdadeiros instrumentos de promoção do desenvolvimento regional (Silva et al, 2003).

Gunn (1979) lançou um modelo para o planejamento turístico ao qual ele denominou *Planejamento Estratégico Regional*. Esse modelo surgiu do reconhecimento dos diferentes fatores dos quais depende o desenvolvimento do turismo e que ainda não tinham sido contemplados na sua totalidade nos enfoques tradicionais.

As cinco fases do Planejamento Estratégico Regional, de acordo com “Gunn”, são as seguintes (v. Anexo Esquema do modelo de Planejamento Estratégico regional):

- Fase A: Estabelecimento de objetivos;
- Fase B: Pesquisa;
- Fase C: Síntese e conclusões;
- Fase D: Definição dos conceitos de Desenvolvimento;
- Fase E: Recomendações.

O turismo concorre no processo de transformação dos territórios para seu uso, com outros usos do território, bem como com formações sócio-espaciais precedentes ao seu aparecimento. Apesar dessa confrontação, a força do turismo é dada pela sua capacidade “*de criar, de transformar e, inclusive, de valorizar diferenciadamente, espaços que podiam não ter valor no contexto da lógica de produção... o turismo interno, inter e intra-regional, somente pôde consolidar-se devido a diversos fatores conjugados, dentre*

os quais se destaca a urbanização do país. São muitos os fatores que facilitam e viabilizam o desenvolvimento turístico numa dada região” (Cruz, 2000).

Cabe ressaltar que, para Inskeep (1991), o foco do planejamento regional deve ser pautado por: (i) a política regional; (ii) tipo e localização das atrações turísticas; (iii) localização das áreas de desenvolvimento turístico assim como as áreas de visitação; (iv) quantidade, tipo e localização das acomodações turísticas e outros serviços e facilidades; (v) considerações ambientais, socioculturais e económicas em nível regional e análise de impactos; (vi) educação em nível regional e programas de treinamentos; (vii) estratégias de marketing e programas de promoção; (viii) estrutura organizacional, legislação, regulação e políticas de investimento; (ix) técnicas de implementação incluindo estágio do desenvolvimento, programação de projetos; (x) e regulação de zonas regionais.

Segundo o modelo de elaboração do plano de desenvolvimento turístico de “Inskeep”, o plano de desenvolvimento turístico deve conter uma introdução com uma completa caracterização da região e do país, destacando aspectos econômicos, políticos, sociais e ambientais relevantes que proporcionem uma melhor compreensão do lugar, e que servirão como base para a investigação e análise. Assim o autor concorda que o processo de preparação de planos de desenvolvimento turístico nacional e regional deve compreender as seguintes etapas:

Quadro 3.2 – Preparação de planos de desenvolvimento turístico nacional e regional

Inskeep, 1999	Mill & Morrison
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudo e preparação 2. Determinação dos objetivos 3. Levantamento 4. Análises e sínteses 5. Formulação de políticas e planos 6. Formulação de recomendações 7. Implementação e monitorização. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análise do background 2. Pesquisa detalhada e análise 3. Sínteses 4. Estabelecimento da estratégia e objetivos 5. Formulação do Plano de desenvolvimento 6. Implementação

Ainda, no caso do planejamento do turismo local deve sempre levar em conta o contexto regional, nacional e até internacional. São as leis, os incentivos, os planos de desenvolvimento existentes no país, o conhecimento desses fatores que podem levar planejador o local a melhor orientar seu trabalho. A atividade de turismo não pode atuar isoladamente, devido estar sempre recebendo influências externas, e sempre que possível deve espelhar-se nos outros países.

A partir do momento em o que turismo é definido como politicamente importante, e é estabelecido em um plano regional, a atividade passa a ser segmentada e controlada, começando a dispor de definições claras e precisas. Os investidores podem então basear-se em orientações oficiais para criar seus investimentos locais, define o tipo de turismo a ser praticado e todas as ações públicas e privadas são dirigidas segundo normas estabelecidas num plano. Isto é, *o futuro do setor do turismo passa, necessariamente, pela existência de Regiões de turismo fortes e susceptíveis de conseguirem apoiar efetivamente o setor privado, de funcionarem como elementos catalisadores do investimento nas suas regiões e de procederem a uma cuidada organização e estruturação do produto* (Costa. 2003:82).

No contexto do aprimoramento do turismo doméstico no Brasil propõem-se uma gestão descentralizada do Plano Nacional de Turismo, fomentando a consolidação de uma rede de entidades e instituições, em todo o território nacional, envolvendo o poder público nas três esferas de governo, a iniciativa privada e o terceiro setor.

Portanto, há, cada vez mais, a noção da importância da parceria com o setor privado para realizar ações que beneficiem a coletividade. A parceria, entretanto, só pode dar frutos se houver um setor privado forte e mobilizado. Sob esse aspecto, as **associações empresariais** possuem um importante papel, sem representatividade, o setor privado não possui capacidade de se tornar um interlocutor confiável. Elas têm, ainda, dois grandes objetivos: a defesa dos interesses dos associados e o desenvolvimento econômico - social da região ou do setor que representam. Sob a perspectiva Maranhense, atualmente são registradas catorze associações relacionadas ao turismo que tem maior representatividade no Estado:

Quadro 3.3 – Associações Existentes na Área de Planejamento

Nome	Tempo de existência	Nº associados
ABAV-MA (Associação Bras.Agentes de Viagens)	30 anos	22
ABBTUR-MA (Associação Bras. Bacharéis Tur.)	n/d	n/d
ABIH-MA (Associação Bras. da Indústria de Hotéis)	6 anos	18
ABLA-MA (Assoc.Bras.Locadoras de Veículos)	6 anos	11
ABRAJET-MA (Assoc.Bras.Jornalistas Escritores Turismo)	n/d	n/d
ACM (Associação Comercial do Maranhão)	150 anos	800
Associação dos Donos de Bares do Calhau	13 anos	32
SINDGTUR (Sindicato de Guias de Turismo)	n/d	n/d
SINDETUR (Sindicato das Empresas de Turismo)	n/d	n/d
SINDHORBS (Sind. Hotéis, Bares, Rest, Similares)	62 anos	45
Sindicato dos Taxistas	n/d	n/d
SET (Sind. Empresas de Transporte Urbano - São Luís)	23 anos	19
Sind.Empregados Comércio Hoteleiro/ Similar	67 anos	550
SATED-MA (Sind.artistas técnicos em espetáculos de diversão)	10 anos	120

Fonte: PRODETUR-NE, 2007

O Maranhão, assim como as demais capitais do Nordeste brasileiro²⁹, exemplifica o caso, em que o urbano antecede o turismo. Quando o turismo chega ao estado, o seu núcleo urbano já está constituído (a capital do estado surge no período colonial), o processo de apropriação desses territórios pelo turismo tem de levar em conta o contexto urbano preexistente, ao mesmo tempo em que lhe impõe sua adequação ao novo uso turístico que se instala.

O Maranhão é o oitavo estado brasileiro em extensão territorial, o segundo no Nordeste, a seguir ao Estado da Bahia. Subindo pelo litoral brasileiro, é o estado nordestino mais distante do sul do país. O Maranhão é, portanto, um destino afastado, longe dos principais centros emissores do turismo doméstico, o que pode vir a dificultar seu acesso.

A história do Planejamento Governamental no Nordeste limitou-se, durante longos anos a intervenções técnicas (obras de engenharia), espacial e socialmente restritas e ao

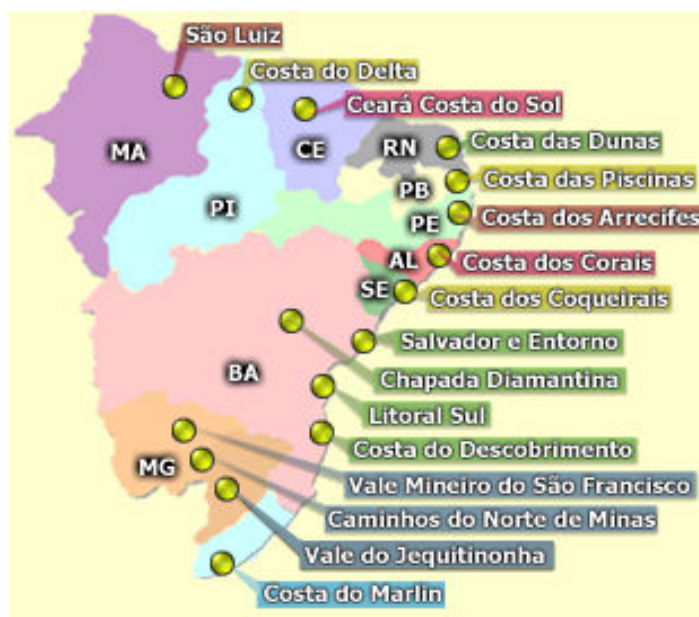
²⁹ A região Nordeste tem cerca de 1.500.000 quilômetros quadrados de área e nove estados confinantes com o litoral que, totalizam, aproximadamente, 3.300 km de costa. Sua população foi estimada, com base no censo de 1991, em 45,3 milhões de pessoas. Alguns indicadores revelam a situação socioeconômica da região, que conta com menos de 52% das casas com abastecimento de água potável; menos de 8% das casas conectadas a sistemas de esgotos, sendo tratado somente 4% do esgoto coletado; e um número estimado de 23 milhões de pessoas vivendo abaixo do nível da pobreza (BNB, Prodetur-NE, 1995).

combate aos efeitos decorrentes de intensas e freqüentes estiagens. Tais intervenções pautaram-se pela ideologia de que a pobreza é decorrente de fatores naturais e, como tal não promoveram – como, na verdade, não desejavam promover – qualquer alteração na estrutura socioeconômica regional (Cruz, 2000 p.p. 27). A ênfase no turismo como vetor do desenvolvimento regional representa, nesse contexto, um novo momento do planejamento governamental para o Nordeste, alicerçado, sobretudo, na chamada potencialidade natural da região para a atividade.

Com o objetivo de intensificar o uso de seus territórios, os governos dos Estados Nordestinos instituíram nas últimas décadas, respaldados pelo poder público federal, duas políticas regionais para a atividade. Uma delas é a política de Megaprojetos Turísticos; a outra, o Programa de Desenvolvimento do Turismo do Nordeste – Prodetur NE (já mencionado no capítulo 2), que já está em sua segunda etapa (Prodetur - NE II). A primeira objetiva ampliar a infra-estrutura hoteleira regional; a segunda, melhorar aspectos de infra-estrutura básica e de acesso e aperfeiçoar o sistema institucional de gestão da atividade. Ambas estão impingindo significativas transformações ao processo de construção e reconstrução do espaço no litoral Nordestino, por meio do (re)ordenamento de territórios para uso do turismo.

O Maranhão não está incluído na política de megaprojetos turísticos, mas tem grande participação no Prodetur-NE. O Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR/NE) é um programa de crédito para o sector público (Estados e Municípios) que foi concebido tanto para criar condições favoráveis à expansão e melhoria da qualidade da atividade turística na Região Nordeste, como para melhorar a qualidade de vida das populações residentes nas áreas beneficiadas (outros breves comentários a despeito deste programa foram relatados no ponto 2.2.3).

A área de abrangência do PRODETUR/NE I compreende os nove Estados Nordestinos, além do norte de Minas Gerais e Espírito Santo. O seu público-alvo é Administração pública de Estados e Municípios localizados nos nove estados da região Nordeste.

Figura 3.4 – Prodetur- NE: Áreas definidas pelas estratégias turísticas dos estados

As componentes que estabelecem o Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste - Prodetur – NE são:

- **Desenvolvimento institucional:** Desenhado para ampliar a capacidade das entidades beneficiárias de executar suas respectivas funções.
- **Obras múltiplas de infra-estrutura básica e serviços públicos:** Nesta componente podem ser apoiados seis sectores: saneamento, administração de resíduos sólidos, proteção e recuperação ambiental, transporte, recuperação de patrimônio histórico e melhoramento dos aeroportos.

A ênfase no turismo como vetor de desenvolvimento regional representa, nesse contexto, um novo momento do planejamento governamental para o Nordeste, calcado, sobretudo na chamada potencialidade natural da Região para a atividade, considerando-se, fundamentalmente a extensão de sua costa (3.300 km, aproximadamente) e o clima quente predominante (Cruz, 2000). As políticas regionais de turismo para o Nordeste mostram que, apesar de eventuais conflitos, o turismo se impõe e revela toda a sua força, transformando os espaços em territórios de consumo.

É neste contexto de descentralização que as novas políticas nacionais têm-se pautado para o desenvolvimento do turismo Nacional, o Programa de Regionalização do Turismo

– Roteiros do Brasil apresenta ao País uma nova perspectiva para o turismo brasileiro por meio da gestão descentralizada, estruturada pelos princípios da flexibilidade, articulação e mobilização, demonstram esta nova realidade. Um dos objetivos do Programa de Regionalização é a desconcentração da oferta turística brasileira, localizada predominantemente no litoral, propiciando a interiorização da atividade e a inclusão de novos destinos nos roteiros comercializados no mercado interno e externo.

Os tópicos a seguir circundam a conjuntura teórica da gestão do patrimônio e da cultura, sob a perspectiva do planejamento e do turismo relacionando-as a esta realidade.

3.3 – A gestão do Patrimônio Histórico e Cultural

Nos capítulos anteriores (cap. 1 e 2) houve um esforço para demonstrar que a cultura pode constituir um atrativo turístico e que, se bem estudado pode atrair um público diferenciado. Para os núcleos receptores trabalhar a tradição como atrativo ajuda a recuperar a memória e as identidades locais, o que, na atualidade constitui um imperativo para manter o equilíbrio saudável entre a manutenção da cultura local e a incorporação dos avanços positivos da cultura global (Barreto, 2000). Faltava ainda salientar que, para que o patrimônio e o turismo possam ter uma convivência saudável é necessário que haja planejamento, o que inclui controle permanente e constante (re) planejamento.

A realização deste ponto nos proporcionou um maior entendimento no processo em que a cultura e o patrimônio inseridos numa gestão atuante podem juntamente com o turismo gerar benefícios aos centros das cidades. Em nosso caso (o Estado do Maranhão) por estarmos situados no litoral, também proporcionar que este tipo de atrativo se torne complementar e tão importante quanto os atrativos naturais que esta área possui.

Imensos contrapontos são encontrados quando nos referimos as cidades brasileiras, diferentes tipos de conflitos são enfrentados em relação aos seus centros. Em comparação com as cidades européias, sem dúvida, existe todo um contexto histórico que permeia cada realidade. Um bom exemplo começaria pela própria condição de habitabilidade destes centros. No Brasil, em sua grande maioria, ocorre o esvaziamento dos centros após o anoitecer, assim como nas cidades americanas. Porém no Brasil, as questões sociais e econômicas de cada cidade ainda contribuem de forma direta, pois

não podemos esquecer que se trata de um país subdesenvolvido em processo de crescimento, mas, ainda, com sérios problemas de desigualdades.

Dentro dos mecanismos propostos para incorporação de um modelo de gestão mais democrática dos interesses municipais, as racionalizações e os interesses propalados por novos paradigmas de administração pública, como os apregoados pelo planejamento estratégico de cidades, parecem ter sido mais convincentes, e, portanto, mais fortemente considerados do que os problemas sociais que urgem em nossas cidades (Pereira, 2004).

Diferentes estratégias de recuperação do passado e da materialidade urbana ocorrem em diferentes países, muitas vezes moldadas por especificidades culturais, geográficas e pelo desenvolvimento da região. O turismo e o consumo são acusados de causar fortes impactos sobre estes centros (como por exemplo, o processo de gentrificação), este processo acelerado é sentido em diferentes realidades, para tanto, torna-se importante criar soluções definitivas ou que diminua os efeitos negativos, tratamos, desta forma de citar algumas soluções no decorrer deste ponto.

A organização das cidades 'Patrimônio da Humanidade' (OWHC³⁰) aponta os seguintes fatores chave para o sucesso de estratégias de gestão do Patrimônio nos centros históricos (OWHC, 2000):

1. **Dinâmica dos centros históricos.** As medidas a adotar deverão respeitar a qualidade de vida do local, atender às suas características, atividades e funções.
2. **Participação do Público.** As estratégias de conservação do local histórico, no longo prazo, estão associadas à capacidade de mobilização dos cidadãos para a identificação e proteção das qualidades patrimoniais do seu centro histórico.
3. **Integração de objetivos complementares** de outras atividades do sector público e do sector privado que podem contribuir de forma positiva para as estratégias de gestão do Patrimônio.
4. **Gestão dos conflitos.** Estes processos envolvem quase sempre desacordo entre os diferentes participantes no processo. No entanto, os conflitos que normalmente emergem entre o promotor do projeto e o defensor do Patrimônio pode ter

³⁰ *Organization of World Heritage Cities*

aspectos comuns, que importa salientar para que, tenha lugar uma contribuição positiva para a comunidade.

5. **Adaptação Cultural.** Pode existir em simultâneo o desafio de modernização e a manutenção das tradições e conservação do Patrimônio.

Entende-se, atualmente, que a discussão acerca de alternativas de gestão de cidades, abrangendo todos os seus aspectos, tem reflexos diretos na viabilização do próprio município enquanto organismo vivo e autônomo. O conhecimento de experiências de gestões estratégicas e contemporâneas pode indicar respostas a caminho para centros urbano possuidores de acervo cultural relevante, visando a viabilidade sociopolítica e econômica.

A gestão do Turismo e patrimônio cultural representa discretos conjuntos de interessados, com funções específicas no desenvolvimento sustentável deste sector. O Turismo tem assumido o papel de transformar e desenvolver o produto, comercializar e orientar. Por outro lado, a Gestão do patrimônio cultural detém e gere os ativos e devem lidar com os impactos da visitação. Cada um tem o seu trabalho tradicionalmente realizado de forma isolada dos outros, com pouca sobreposição ou interação, muitas vezes resultando em conflito (Mckercher and du cross, 2002).

Por conseguinte, a cultura está ligada ao desenvolvimento regional e à própria noção de coesão econômica e social. Com efeito, a cultura na sua complexidade exprime a identidade e o potencial endógeno de uma região ou localidade. As medidas culturais são mais eficazes quando se integram numa estratégia de desenvolvimento duradouro. O crescimento econômico, a coesão social, a proteção do ambiente e a ação cultural estão estreitamente inter-relacionados, não se opondo necessariamente entre si.

Este conceito é tratado pela comissão do parlamento europeu, que nos permitem a apontar que: a cultura reveste uma importância tripla para o desenvolvimento regional. Em primeiro lugar, é fonte de emprego: as atividades relacionadas com o patrimônio cultural, do mesmo modo que os produtos e as indústrias de vocação cultural criam, direta e indiretamente, emprego. Em segundo lugar, é um fator cada vez mais decisivo na localização de novos investimentos, dado que reforça a imagem e a capacidade de atração de uma região. A cultura pode desempenhar um papel importante na renovação

de zonas urbanas desfavorecidas ou de zonas rurais. Em terceiro lugar, pode favorecer a integração social e, deste modo, contribuir para a coesão social.

Quadro 3.4 – Comparando a gestão do patrimônio cultural e o turismo

	<i>Cultural heritage management</i>	<i>Tourism</i>
Structure	<ul style="list-style-type: none"> - Public sector oriented - Not for profit 	<ul style="list-style-type: none"> - Private sector oriented - Profit making
Goal	<ul style="list-style-type: none"> - Broader social goal 	<ul style="list-style-type: none"> - Commercial goals
Key stakeholders	<ul style="list-style-type: none"> - Community groups - Heritage group - Minority/ ethnic/indigenous groups - Local residents 	<ul style="list-style-type: none"> - Business groups - Non local residents
Economic	<ul style="list-style-type: none"> - Existence value 	<ul style="list-style-type: none"> - use value
Attitude to assets appeal	<ul style="list-style-type: none"> - Conserve for their intrinsic values 	<ul style="list-style-type: none"> - consume for their extrinsic
Key user groups	<ul style="list-style-type: none"> - Local residents - often school children 	<ul style="list-style-type: none"> - Non local residents
Background of degrees professionals working in the sector	<ul style="list-style-type: none"> - social science - Arts degrees 	<ul style="list-style-type: none"> - Business/ marketing
Use of asset brand	<ul style="list-style-type: none"> - value to community as a representation of tangible and intangible heritage 	<ul style="list-style-type: none"> - Value to tourist as product or activity that can help a destination
International political bodies/ NGOs	<ul style="list-style-type: none"> - ICOMOS/ICOM/ UNESCO - promote conservation of culture 	<ul style="list-style-type: none"> - WTO/WTTC - promote development of tourism
National/ regional tourism political/ bureaucratic bodies maximizing	<ul style="list-style-type: none"> - National, state and local agencies and some museums concerned with heritage 	<ul style="list-style-type: none"> - National, state and regional bodies tasked with product development, promotion and
Stakeholders associations	<ul style="list-style-type: none"> - National organization for heritage professionals local historical groups/ religious leaders 	<ul style="list-style-type: none"> returns from tourism. - National tourism trade other industry bodies.

Fonte: Mckercher and du cross, 2002

A gestão do patrimônio é um processo estruturado guiado por uma série de cartas internacionais, declarações e convenções criadas pelas seguintes organizações:

- 1. ICOMOS – International Council on Monuments and Sites.**
- 2. UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization**
- 3. ICCROM – International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property.**
- 4. ICOM – International Council of Museums.**

Apenas através da articulação de esforços e de competências entre todos os níveis do poder e com a necessária participação das várias entidades com atribuições nos domínios do patrimônio e do turismo, como sejam as associações de patrimônio, a Igreja, as universidades, as empresas, entre outras, se poderá aspirar a uma melhor gestão do nosso riquíssimo patrimônio cultural (Silva, 2000). Uma gestão que realiza o uso eficaz e eficiente dos meios que tem ao seu alcance, favorecendo a investigação, a conservação, a criação, a produção, a difusão e o impacto social do patrimônio, de forma a que este possa ser legado a gerações futuras, consagrando-se assim o direito que cada comunidade tem à sua própria identidade. Como nos diz Rosa Garrigós, gerir o Patrimônio Cultural será “(...) *administrá-lo de tal modo que, não só não se deteriore e pereça, mas que também se reabilite, se enriqueça, seja conhecido e desfrutado por todos e se converta num elemento de desenvolvimento econômico e social*” (Garrigós, 1998: 171).

Não podemos negar que o relacionamento entre patrimônio e turismo se instalou de forma definitiva. Há, porém que estabelecer regras de convivência entre ambos numa perspectiva de rentabilização econômica e de desenvolvimento social. O desafio que se coloca ao turismo é o de utilizar os recursos patrimoniais numa perspectiva de desenvolvimento durável, assente em critérios de qualidade, para que os seus benefícios resultem numa efetiva melhoria da qualidade de vida dos cidadãos, tanto daqueles que o praticam como daqueles que o acolhem. Para tal, toda e qualquer intervenção patrimonial deve ser desenvolvida a nível local, com a participação ativa de todos os agentes culturais. Porque a descentralização constitui o fundamento promotor de um modelo global de desenvolvimento sustentável.

Figuras 3.5 – Agentes do patrimônio Cultural e do Turismo

Fonte: Elaboração própria

Desta forma, o Turismo Urbano associado a cidades históricas encontra-se quase sempre organizado com base em redes de cidades históricas ou constitui-se como peça fundamental do Turismo de uma região, sendo por vezes, promovidas conjuntamente num único 'pacote' (Ashworth e Tunbridge, 1990:263).

Outras duas formas de gestão estratégica e de reorganização dos negócios em sua amplitude afirmam primeiro, uma gestão integrada da qualidade de um destino obriga a outras particularidades. A implementação de qualquer plano de gestão integrada da qualidade (GIQ) pressupõe três níveis distintos de sensibilidades (Comissão Europeia, 1999:27): satisfação dos visitantes; satisfação dos atores do sector do Turismo; e integração na vida da comunidade pela: satisfação dos habitantes e dos outros atores socioeconômicos do destino e suas vizinhanças; e, proteção do ambiente e da utilização durável dos recursos naturais e culturais.

Segundo, a possibilidade dos cidadãos participarem no planejamento do Turismo e do Patrimônio Cultural depende da forma como se encontram organizadas as suas

instituições, mas também dos próprios indivíduos, das estruturas do poder, dos interesses e valores que afetam o processo de decisão (Hall, 2000:61), apresentando-se ainda algumas resistências no sector público para receber esta participação. A importância da participação da população local na tomada de decisões para o desenvolvimento do Turismo tem recebido um grande destaque, todavia existe pouco material disponível sobre os métodos de participação local e a adequação dos mesmos face às situações específicas.

O envolvimento dos diferentes agentes em órgãos de gestão conjuntos poderá contribuir para soluções mais equilibradas, mas também aquelas que tenham a participação da comunidade local resultarão num desenvolvimento mais sustentado. A viabilização da preservação de conjuntos urbanos e a introdução e/ou adequação da atividade turística passam, necessariamente, por sua gestão (Rocha, 2006:19). A parceria para atuação e elaboração de planos estratégicos municipais faz-se uma necessidade atual, reunindo os atores públicos, privados e a população.

3.4 – Considerações ao Planejamento e Gestão da oferta turística no Centro Histórico

A revitalização em Centros Históricos pode ser vista por duas vertentes, como estratégia de preservação e revitalização ou como mero processo de “gentrificação” com expulsão dos habitantes historicamente enraizados e a transformação de centros históricos em simulacros da vida tradicional, voltados aos turistas. A oferta cultural se torna mais favorável quando nos referimos ao Patrimônio Arquitetônico, em especial os classificados pela UNESCO, e os conjuntos urbanos antigos, mais conhecidos como Centros Históricos, estes são em grande parte responsáveis por movimentos com fins turísticos. Porém, *apesar dos benefícios econômicos do turismo, o patrimônio de um local não deve ser visto apenas como um bem econômico para os presentes* (Laws, 1999 p.p. 82).

O conceito de centro histórico define-se como “núcleo da cidade” (ou centro urbano menor) constituído antes da época industrial, geralmente circunscrito no passado, por uma muralha, onde se pode reconhecer e concentrar o patrimônio monumental, edificado e ambiental mais antigo e belo (Ferreira, 2000).

No que tange os parâmetros oficiais na definição de centros, em especial a definição e preservação do tecido urbano destacam-se a recomendação de Nairóbi – cunhada pela

Unesco em 1976. Esta foi a primeira carta patrimonial a falar claramente da preservação de “conjuntos” (o que inclui os centros históricos) e a buscar compatibilizar a preservação de “conjuntos” (o que inclui centros históricos) e a buscar compatibilizar a preservação e as exigências contemporâneas, apoiadas a administração local e municipal, associações de moradores e de bairros e de órgãos técnicos. A recomendação afirma que os “conjuntos históricos ou tradicionais (...) constituem a presença viva do passado que lhes deu forma, asseguram ao quadro da vida a variedade para responder a diversidade da sociedade (...) constituem através das idades os testemunhos mais tangíveis da riqueza e da diversidade das criações culturais (...) diante dos perigos da uniformização e da despersonalização que se manifestam constantemente em nossa época” (Meneguello, 2001).

No caso particular dos centros históricos urbanos (ou bairros), verifica-se que se constituem como espaços particularmente vulneráveis a um desenvolvimento turístico e a uma procura turística não controlada, originando efeitos destrutivos, degradação e especulação. Um planejamento e desenvolvimento sustentado do Turismo, com base em planos que prevejam a gestão dos fluxos turísticos, incluindo programas de ação específicos para estas áreas são fundamentais, e podem ajudar a assegurar que a indústria não comprometa ou destrua recursos patrimoniais valiosos (Hall, 2000) (conforme visto no ponto 3.3).

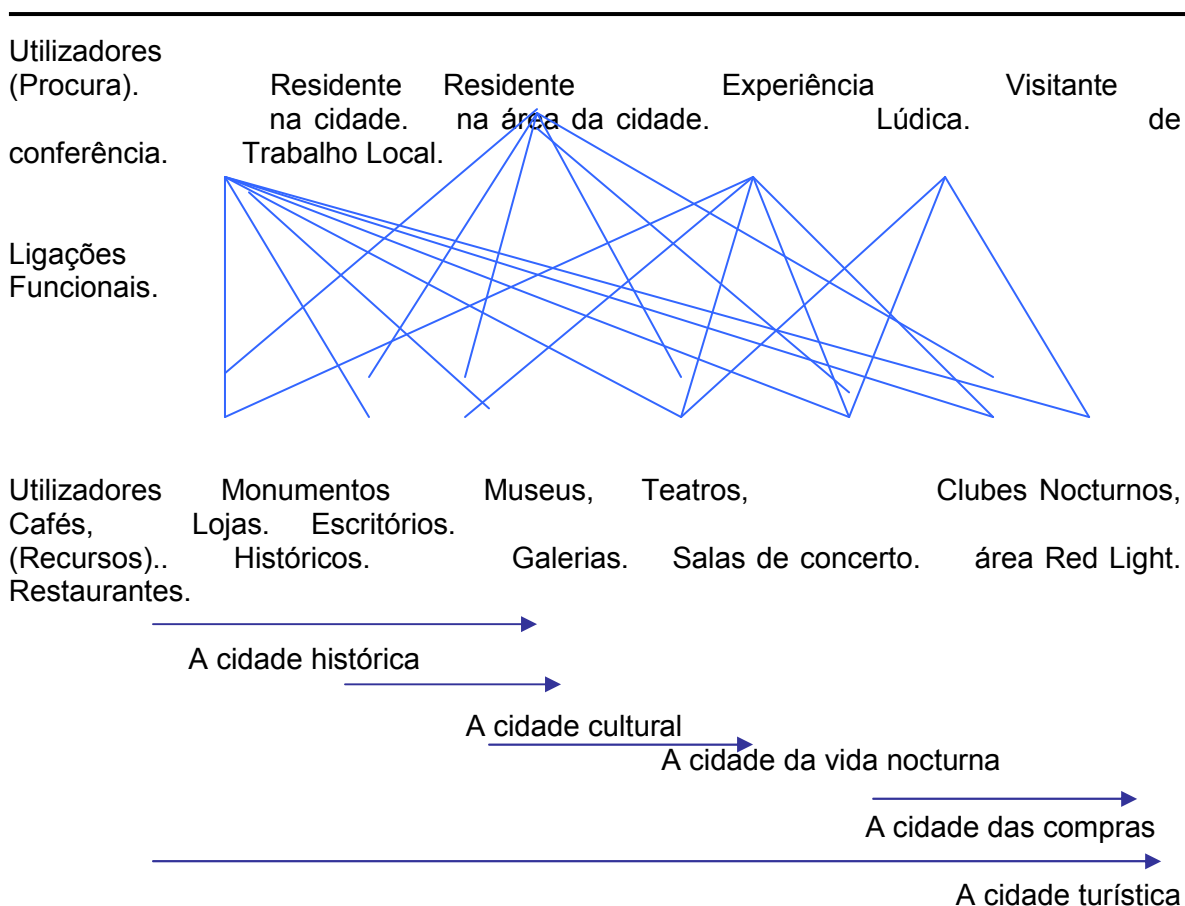
A cultura e o patrimônio histórico das cidades há muito que sabemos que contribuem para a atração de um destino turístico. Mais especificamente, três condições são necessárias para o sucesso do turismo em centros históricos: necessidade de uma série de atrativos e edifícios razoavelmente bem preservados de vários períodos históricos; estes devem ser utilizados para atividades compatíveis com o turismo; e a cidade deve desempenhar um papel significativo na história nacional ou local (Urry, 1990 apud Laws). De um modo amplo, pode-se dizer que o planejamento do turismo com base no legado cultural deve: preservar o prédio original (fachada); adotar políticas de administração do bem e restringir o número de visitantes (Pearce, 1991 apud Barreto: 79).

Geralmente as atrações em centros históricos já existem, mas estas podem estar em um nível básico ou com infra-estrutura deficiente. Normalmente, o desenvolvimento do turismo e patrimônio irá resultar do reconhecimento e oportunidade de exploração do potencial da área. Para desenvolver o turismo nestas áreas, os vários componentes

devem ser explorados ou fornecidos por alguma organização. Uma vasta gama de agentes de desenvolvimento já existe, a composição exata destes irá variar de situação para situação, em função do contexto histórico, político, cultural e geográfica do desenvolvimento pretendido.

Num contexto do novo paradigma urbano, em que os centros históricos abandonados ou degradados têm vindo a ser objeto de operações de regeneração, os recursos culturais e patrimoniais foram transformados em atrações turísticas, através de parcerias, sensíveis aos vários interesses em jogo (Ferreira, 2000 p.p. 216). Muitos locais antes considerados desinteressantes transformaram-se em centros de grande atração, verdadeiras capitais do turismo porque, para fins turísticos e de lazer, qualquer cidade pode ser uma cidade histórica, desde que exista o saber e a experiência para captar os fluxos de visitantes e melhorar a qualidade de vida dos seus residentes.

Figura 3.6 - Áreas Funcionais da Cidade Turística e Histórica



Fonte: Hall e Page, 1999, pp.167, a partir de Burtenshaw e outros, 1991 por Ferreira, 2000.

Certo número de questões irá afetar o desenvolvimento das atrações culturais nas próximas décadas: *Alargamento do mercado; uma maior amplitude dos produtos; interpretação; congestionamento*. Existe uma ingênua convicção de que localmente o patrimônio histórico ou cultural pode ser uma atração turística significativa, quando na verdade apenas alguns possuem o necessário. Portanto, a estrutura deve ser avaliada, o potencial turístico deve ser aplicado de maneira mais rigorosa (McKercher and du cross, 2006).

Esta relação entre Patrimônio e Turismo não está isenta de dificuldades e problemas, pois há muitas vezes a tentação de recriar um ambiente agradável, reconhecível, turisticamente testado, em detrimento da promoção da identidade própria do local. Um município com precárias condições urbanas, possui também precárias condições para estabelecer a atividade turística como economia local. O (re)conhecimento do lugar faz-se, também, pela identificação de todo o seu potencial intrínseco, ou seja, a sua oferta turística.

A recriação de espaços revitalizados, se bem realizada, apóia-se na memória coletiva e, ao mesmo tempo, estimula-a, já que ela é o motor fundamental para desencadear o processo do cidadão com sua história e sua cultura. A revitalização de bairros inteiros tem sido uma forma de permitir a conservação das construções históricas existentes neles. Para Barreto (2000:35), esta revitalização refere-se a uma reestruturação espacial profunda em vários sentidos. Em primeiro lugar, refere-se a uma expansão da área física do centro; em segundo lugar, a difusão do poder cultural do centro da cidade; e finalmente, a um processo de transformação do centro da cidade de acordo com uma cultura internacional de mercado.

O centro histórico, embora seja um conceito em si, separável da concepção de cidade turística, na realidade é cada vez mais notório, através dos estudos realizados, que se encontram intimamente associados na medida em que a “procura turística define a cidade histórica da mesma forma que a cidade turística se pode delimitar, em parte, em termos de localização das atrações históricas” (Ashworth, 1990, pp. 71). Geralmente os centros históricos das cidades se tornam a parte mais visitada, pelo composto que suas funções oferecem e pelas tentativas de recuperação destas áreas tornando-as mais atrativas.

3.5 – Conclusão do Capítulo

O planejamento definido como uma atividade prática que a partir das tendências do passado, faz projeções para o desenvolvimento do futuro, identifica constrangimentos e oportunidades. A idéia de que o planejamento deve recair sobre o que a sociedade realmente quer para o futuro ganha gradualmente consistência, sendo cada vez mais consensual entre os planejadores. A possibilidade dos cidadãos participarem no planejamento do Turismo e do Patrimônio Cultural depende da forma como se encontram organizadas as suas instituições, mas também dos próprios indivíduos, das estruturas do poder, dos interesses e valores que afetam o processo de decisão, apresentando-se ainda algumas resistências no sector público para receber esta participação.

Para algumas cidades o turismo emergiu como modelo alternativo para o reinvestimento nos espaços definidos como centros urbanos, cada vez mais refletidas com base em orientações internacionais para o planejamento urbano, tem sido promovidas para o empresário, o turista e o cidadão, sendo buscada larga adesão social para os projetos de promoção urbana.

Desta forma têm visto a grande capacidade que as atividades turísticas possuem para estruturar economias regionais, aconselha a que se envolva um esforço nas relações entre o turismo e a sua realidade territorial envolvente. Este esforço de operacionalização constitui um importante pressuposto de fundamentação de estratégias de desenvolvimento que possuem elevados níveis de compatibilização com a realidade e se transformem em verdadeiros instrumentos de promoção do desenvolvimento regional.

O envolvimento dos diferentes agentes em órgãos de gestão conjuntos poderá contribuir para soluções mais equilibradas, mas também aquelas que tenham a participação da comunidade local resultarão num desenvolvimento mais sustentado. O Turismo tem assumido o papel de transformar e desenvolver o produto, comercializar e orientar. Por outro lado, a Gestão do patrimônio cultural detém e gere os ativos e devem lidar com os impactos da visitação.

O interesse turístico por estes espaços requer medidas específicas, nomeadamente coordenação e cooperação entre todos os participantes nas tomadas de decisão que se prendem com o sector turístico e o Patrimônio Cultural, no sector público e privado, para

que o desenvolvimento permaneça sustentável no tempo. Contudo, seja qual for o grau de participação e a forma encontrada, acredita-se que a comunidade local deve participar na aprovação e na partilha de benefícios do plano de desenvolvimento do Turismo.

No caso do Estado do Maranhão no Brasil, mais precisamente para a cidade de São Luis, viu-se forte oportunidade ao turismo urbano e do seu forte patrimônio como forma de proporcionar não se torne apenas complementar, e sim tão importante quanto os atrativos naturais que esta área possui.

4 - Metodologias da Investigação

4.1 – Introdução

A conceituação da prática do turismo recebe constante influência na medida em que significativas transformações acontecem nas sociedades humanas. Seja através de novos e diferentes mercados, o papel do governo, ou da nova gestão que a iniciativa privada se propõe. Tudo isso deu lugar, a novas formas de planejamento, passando de um modelo centralizado para modelos a novas práticas descentralizadas, no qual todos os envolvidos desempenham significativo papel.

O turismo está inserido na vida moderna. O mundo muda a passos rápidos e acompanhando essas mudanças os novos consumidores do turismo também ganham novas características, proporcionada por diversos fatores, os grandes avanços tecnológicos tendem a facilitar e aproximar cada vez mais as pessoas. Aliada as facilidades dos transportes e dos grandes investimentos para o desenvolvimento do setor, continuará a tendência do aumento do fluxo de viajantes. Estas e outras tendências continuaram a influenciar a atividades nos próximos anos, mas é sob a perspectiva das novas tendências do turismo cultural que propomos o nosso estudo.

Cabe-nos neste momento demonstrar de onde surgiram nossas inquietações, que gerou o problema de nossa pesquisa. Traçar o percurso metodológico foi fundamental para delimitarmos o foco de nosso estudo. Para tanto, partimos no ponto 4.2 em demonstrar o desenho da investigação e seu planejamento, seguido ao método utilizado (4.2.1). Com o modelo de análise utilizado, pode-se definir o que queríamos com o problema da investigação e ajustar aos objetivos propostos (4.3.1). Por fim, delineamos a seleção dos participantes, o processo de implementação da metodologia (4.3.3) e a coleta, análise e interpretação dos dados, remetendo-nos a conclusão deste capítulo.

4.2 – O desenho da investigação e planejamento

Traçar o percurso metodológico de uma pesquisa é antes de tudo, esboçar um desenho norteador que vai ganhando formas mais nítida ao longo do processo investigativo. Cabe, centrar o foco no objeto e no sentido de perceber as suas exigências analíticas que apontam um caminho a percorrer. Metodologia será, então, o estudo de como melhor construir o caminho para um alvo definido e, como estudo, é conduzido por aparato teórico, e passa por uma compreensão da realidade no estágio atual.

Trabalhar um objeto de investigação pressupõe um processo de aproximações sucessivas no âmbito da tessitura teoria / empírica que permitam ir adentrando nas relações constituintes desse objeto em permanente processo de (re)construção (Bourdieu, 2003).

O fato de um conhecimento ser científico não significa dizer que seja verdadeiro. Na realidade, a ciência se expressa por meio da probabilidade de ocorrência, e não da certeza absoluta (Denker, 1998:34). Os atos do procedimento científico propostos por “Quivy e Campenhoudt” estão intimamente interligados e se complementam, passando por um longo percurso de operações reagrupadas em sete etapas: (i) pergunta de partida, (ii) a exploração, (iii) a problemática, (iv) a construção do modelo de análise, (v) a observação, (vi) a análise das informações e (vii) conclusões.

São necessárias técnicas para percorrer um caminho. Para a OMT a pesquisa é um processo, seja indutivo (parte da generalização empírica dos fatos para a formação de conceitos) ou dedutivo (parte de uma ou de um conjunto de teorias), que deve ser formalizado nas fases que observam o processo de pesquisa em turismo (V. Anexo 4 Processo de Pesquisa em Turismo).

A pesquisa em turismo parte de bases empíricas, ou seja, da experiência concreta, do confronto com a realidade. Tanto a pesquisa qualitativa quanto a quantitativa é empírica, pois com ou sem interpretação de dados, maior ou menor distância do objeto investigado, com dados mais ou menos esquematizados, a base é a realidade empírica, a observação dessa realidade por meio de métodos empíricos experimentais (Denker, 1998, p.p. 61).

A multidisciplinaridade é uma das principais características do turismo, portanto há necessidade de uma sustentação teórica sólida, principalmente através da revisão da literatura. A OMT recomenda a avaliação do conhecimento nas fontes documentais a fim de garantir a evolução do processo de conhecimento. Essa multidisciplinaridade, representada pela justaposição de diferentes disciplinas, nem sempre promove a correlação necessária entre elas (Denker, 1998). Nesta investigação os conceitos são fundamentais, para estabelecer limites e criar um quadro teórico como base para resolução do problema da investigação (corresponde aos capítulos de 1 a 3).

Na secção seguinte, apresentam-se uma análise sumária dos métodos de investigação qualitativos, orientando-se a discussão para o objetivo da nossa pesquisa, sempre determinante para a escolha do método adequado.

4. 2. 1 – O método de investigação

O método é um caminho a seguir. Todo método precisa de uma teoria, isto é, de um corpo de proposições logicamente interconectadas que permitam uma visão adequada do fenómeno. De acordo com a Organização Mundial do turismo a definição de metodologia turística é:

“O conjunto de métodos empíricos experimentais, seus procedimentos, técnicas e táticas para ter um conhecimento científico, técnico ou prático dos fatos turísticos”.

As diferentes metodologias de investigação (quantitativas e qualitativas) são objetos de alguns ‘paradigmas’, resultantes mais ou menos diretamente, das vantagens e desvantagens que os diferentes investigadores nelas reconhecem. No terreno das metodologias, temos na década de 80 o aparecimento das bases de ‘um paradigma qualitativo que se coloca contra a avaliação puramente quantitativa dos fatos e fenómenos sociais. As metodologias qualitativas estariam em oposição às metodologias quantitativas adotadas pelos ‘positivistas’. É importante que fique claro que as metodologias qualitativas não substituem as quantitativas – ambas são importantes e se complementam (Denker, 1998).

Nas pesquisas qualitativas os aspectos que podem ser definidos no projeto diferem quanto ao grau de estruturação. As categorias teóricas, o plano e foco das pesquisas são definidos no decorrer do processo de investigação. O planeamento deste tipo de

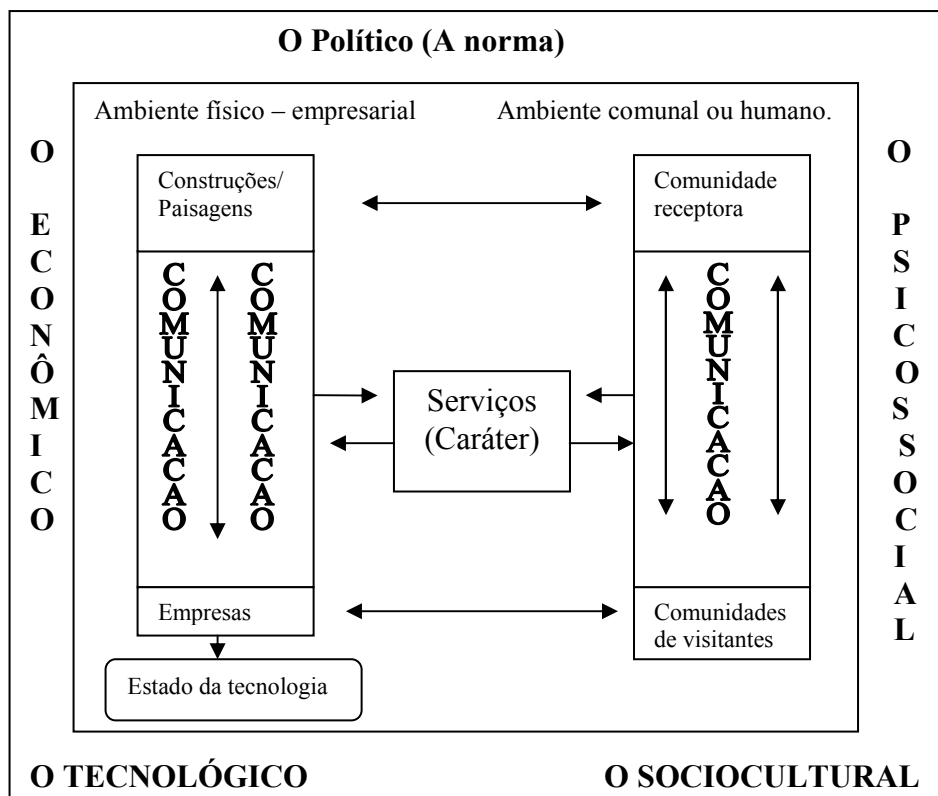
pesquisa é complexo, uma vez que por sua diversidade e flexibilidade não existem regras precisas com aplicabilidade em um grande número de casos (idem, ibidem). Alves-Mazotti caracteriza os principais estudos qualitativos como: visão holística, abordagem indutiva e investigação naturalística.

Inserido no campo das ciências sociais aplicadas, o turismo segue a dinâmica dessas relações à evolução da abordagem metodológica. Muitas são as disciplinas que tratam da questão do turismo, o que configura o turismo mais como um campo científico do que como ciência independente, com dinâmica própria.

Para o turismo apontam-se diferentes aplicações da construção de modelos. Schluter (2003) menciona: os modelos qualitativos que *são aplicados geralmente para prever e analisar o comportamento do consumidor e os modelos quantitativos: por permitirem obtenção de resultados numéricos, pode ser utilizado para medir o fluxo de turistas e os lucros com o turismo, prever o retorno de investimento ou estimar a mudança na participação do mercado.*

A complexidade da área do saber do turismo pode ser comprovada pela existência de uma linha de investigação, em franco crescimento, que assenta na teoria de sistemas, na tentativa de desenvolver estudos de forma inclusiva. Os modelos elaborados na área do turismo são de um modo geral, mais qualitativo do que quantitativos (normativos ou descritivos), ou seja, fornecem um guia de prescrições para uma ação um quadro ou uma medida. (Leiper, 1993, pp. 547) .

Os especialistas em turismo ressaltam o caráter interdisciplinar de seu estudo. A figura 5.2 apresenta o modelo de relações que explica o enfoque do fenômeno turístico, inserido em diferentes contextos (econômico, tecnológico, sociocultural e psicossocial) nos quais se deparam as relações interpessoais entre visitantes e visitados, a empresa e os agentes para o desenvolvimento intercomunicado e coordenado, para explorar os recursos turísticos com o objetivo de fazer negócios.

Figura 4.1 – Modelo de inter-relação entre os componentes do sistema turístico

Fonte: Ascanio, 1997.

O turismo como objeto de estudo se constitui em um núcleo no qual, as diferentes disciplinas se entrelaçam, permitindo que seja possível estabelecer um corpo de conhecimentos interdisciplinares (Denker, 1998. p.p. 32). De acordo com Piaget a interdisciplinaridade é uma relação orgânica dos conceitos das diferentes disciplinas até o ponto de constituir uma nova unidade formada com as proposições de cada uma das disciplinas particulares.

Gunn por Schluter, assinala que as funções da pesquisa em turismo podem ser agrupadas em: **descrever; relevar; comprovar; predizer; prognosticar; modelar e simular**. Enquanto que, o planejamento da pesquisa consiste em realizar uma série de passos seguindo uma ordem lógica que oriente a obtenção dos resultados.

Kelly (1980) por Rodrigues (2001), defende alguns argumentos para a escolha dos métodos qualitativos na investigação em Turismo :

- É o método que melhor corresponde à natureza do fenômeno a ser estudado – o Lazer - é uma experiência qualitativa.
- Este tipo de métodos traz a pessoa de volta à área de pesquisa, em contraste, com os métodos quantitativos que tendem a ser muito impessoais.
- Os resultados da pesquisa qualitativa são mais perceptíveis para quem não possui conhecimentos estatísticos.
- O método acompanha melhor a evolução da pessoa ao longo dos tempos; o método quantitativo tende a olhar apenas para o comportamento atual como relacionado com circunstâncias econômicas, sociais e ambientais do momento, ignorando o fato do comportamento da maior parte das pessoas ser influenciado pela sua história e experiência de vida.
- O próprio Lazer envolve uma grande interação com as pessoas, na medida em que envolve símbolos, gestos, e a pesquisa qualitativa adequa-se melhor a esse tipo de investigação.
- As técnicas qualitativas são melhores a fornecer a compreensão das necessidades e aspirações das pessoas, do que as quantitativas (alguns investigadores no campo da psicologia não partilham desta perspectiva).

Nas pesquisas qualitativas o processo de coleta e interpretação dos dados é feito de modo interativo durante todo o processo de investigação. As técnicas qualitativas mais utilizadas na investigação em Turismo e lazer são: a observação (participante ou não), a entrevista em profundidade, análise de dados como procedimentos e instrumentos para coleta de dados, que se apresentam em seguida (Malhotra, 2001; Dencker, 1998).

i) A observação

A observação consiste na construção do instrumento capaz de recolher ou de reproduzir a informação prescrita pelos indicadores. Apresenta-se de diferentes formas, consoante se trate de uma observação direta ou indireta (Quivy e Campenhoudt, 1992:163).

O tipo de observação característico dos estudos qualitativos é a observação não-estruturada, que procura registrar os fenômenos como à medida que ocorrem, onde o pesquisador assume papel no grupo observado (Denker, 1998:127). Para Quivy e Campenhoudt (1992) existem três operações essenciais da observação: **conceber o**

instrumento de observação; testar o instrumento de observação; a recolha de dados.

A observação é valorizada pelas pesquisas qualitativas e pode ser combinada com certo grau de quantificação; dependendo da flexibilidade adotada, podem ser estruturadas ou não-estruturadas.

ii) Entrevista:

A entrevista pode ser definida como uma conversa entre duas pessoas. No entanto, Goode e Hatt declaram que a entrevista é mais do que isso: *Seria mais uma pseudoconversa. Para que possa ser bem-sucedida, deve ter todo o calor e todo intercâmbio de personalidades próprios da conversação, mas com clareza e com as linhas orientadoras da busca científica. Portanto, o entrevistador não pode simplesmente deixar-se levar mostrando - se amigável. Deve apresenta-se como se fosse iniciar uma conversa, mantendo, porém, desde o princípio, o elemento adicional de respeito e competência profissional devido (Schluter, 2003).*

A entrevista em profundidade é uma entrevista não estruturada, direta, pessoal, em que um único respondente é testado por um entrevistador altamente qualificado a revelar motivações, crenças, atitudes e sentimentos sobre um determinado tópico (Malhotra, 2001). As entrevistas em profundidade tendem a ser utilizadas em três situações (Arksey e Knight, 1999; Krueger, 1994; Peterson, 1994): número reduzido dos sujeitos da investigação, pelo que um questionário para análise quantitativa resultaria inadequado; a informação a obter de cada sujeito é variada e complexa (o que é determinante neste caso, pois estamos perante um produto compósito, e as áreas de estudo envolvidas são várias); quando um tópico tem que ser explorado numa fase preliminar e nos encontramos a planear um estudo maior (possivelmente um estudo quantitativo, baseado num inquérito).

A realização da entrevista é um processo delicado e especializado que exige muita habilidade do pesquisador. Por isso, nos exige alguns cuidados: no contato inicial motivar e criar confiança entre pesquisador e entrevistado; no decorrer da entrevista é importante que o pesquisador esteja atento para a compreensão das perguntas por parte dos entrevistados; se houver dificuldade de compreensão o pesquisador deve repetir a

pergunta de outra forma; o ideal é registrar as respostas no ato da entrevista. Geralmente é utilizada a gravação em cassete deste tipo de entrevistas, e caso não seja possível à gravação, são normalmente tomadas notas ao longo da entrevista ou imediatamente a seguir (Malhorta, 2003).

Nas suas diferentes formas, os métodos de entrevista distinguem-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interação humana (Quivy e Campenhoudt, 1992). A entrevista pode ser a principal técnica empregada ou estar inclusa no processo de observação. Em geral, nas pesquisas qualitativas, as entrevistas são pouco estruturadas, assemelhando-se a uma conversa (Denker, 1998, p.p.104). Podemos classificá-las em estruturadas, semi-estruturadas e não estruturadas.

Quadro 4.1 - Características dos diferentes tipos de entrevistas

ESTRUTURADA	SEMI-ESTRUTURADA	NÃO ESTRUTURADA
Amstras de grande dimensão.	Amstras de média dimensão.	O tempo que leva a entrevistar e a complexidade da transcrição e análise tende a restringir o tamanho da amostra (amostra reduzida).
Os entrevistadores seguem um guia ou inquérito de forma rígida.	O entrevistador utiliza um 'guia' que é normalmente um conjunto de questões fechadas e abertas.	O entrevistador utiliza uma lista de tópicos para discussão, em torno do qual improvisará.
O entrevistador está a testar uma teoria, pelo que ignora o que não for abrangido pelo estipulado.	É em parte conduzida pelo entrevistador e pelo entrevistado.	O entrevistador pretende conhecer as histórias e perspectivas do entrevistado. É o informador que determina o que se descobre.
A validade depende da validade do programado.	A validade depende em parte do programado, mas em parte da dinâmica da entrevista.	O entrevistador pretende conhecer as histórias e perspectivas do entrevistado. É o informador que determina o que se descobre.
A confiança da recolha de dados depende da experiência do entrevistador, da sua supervisão e rigidez de regras de trabalho.	Mistura dos outros dois estilos.	A confiança assume um papel secundário face à validade.

Fonte: adaptado Arksey e Knight, 1999 (por Rodrigues, 2001:167).

A entrevista será utilizada como meio de observação e conhecimento de opiniões, atitudes e crenças, uma condição essencial para o sucesso da entrevista e que o motivo que a determina seja plausível para o entrevistado. A seguir montamos um quadro de vantagens e desvantagens das entrevistas:

Quadro 4.2 – Vantagens e desvantagens das entrevistas

VANTAGENS	DESVANTAGENS
Permite obter dados relevantes e significativos para o estudo que está sendo realizado.	Falta de controle sobre o meio e possível influencia deste sobre os pesquisadores
Permite uma situação de espontaneidade.	Dificulta a quantificação.
Não requer que o entrevistado saiba ler.	Está geralmente restrito a pequenos grupos, o que dificulta as generalizações.
Permite obter uma maior quantidade de respostas.	Possibilidade de falta de cooperação dos sujeitos devido à falta de anonimato.
E mais adequado para revelar informação sobre sentimentos e emoções das pessoas.	São mais dispendiosas.
Por sua flexibilidade na formulação de questões, torna-se uma técnica superior para exploração de áreas em que existe pouca base para saber que perguntas apresentar ou de que modo as formular.	Precisam de mais habilidade para aplicação.
Também permite maior sinceridade de expressão, adequada para obter informações de indivíduos mais complexos e emotivos, ou para comprovar os sentimentos subjacentes a uma opinião.	Devido à flexibilidade, é difícil a comparação entre uma entrevista e outra.

Fonte: elaboração própria por Schulte, 2003; Denker, 1998.

Após a avaliação dos principais métodos científicos e do estudo das pesquisas em turismo, definimos o nosso modelo de análise, conforme segue.

4.3 – Modelo de análise utilizado

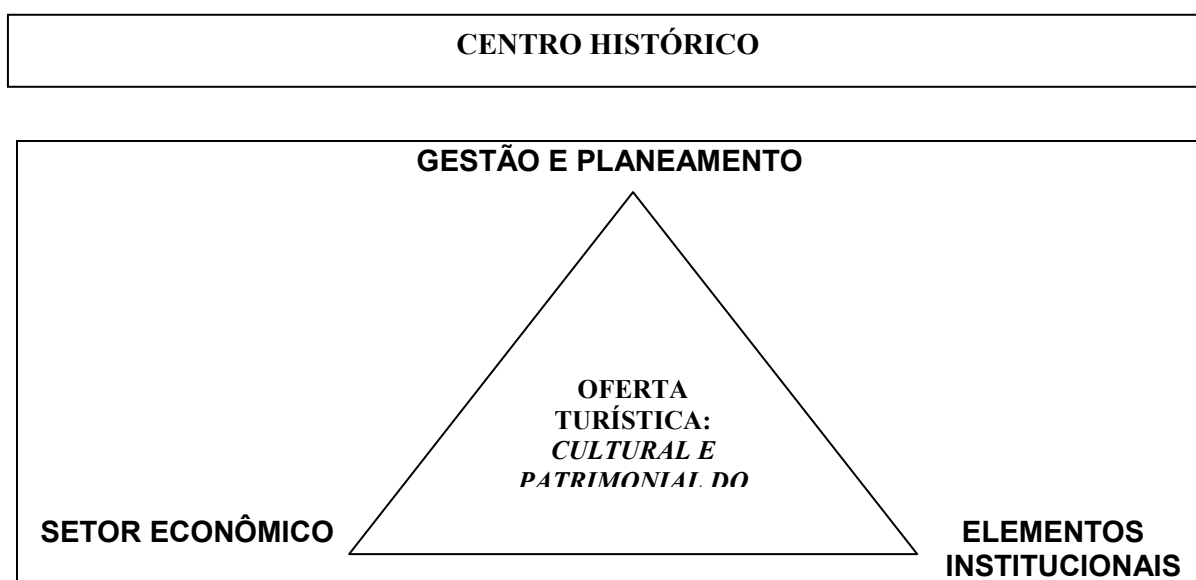
De acordo com as técnicas utilizadas, as pesquisas podem ser classificadas de diferentes maneiras em decorrência do enfoque dado pelo autor que elabora a classificação. Nesse contexto, o *método* é mais geral e abrangente e estabelece *o que fazer*, enquanto as técnicas são o *como fazer* (Denker, 1998:148).

Em termos gerais, o que pretendemos avaliar é o potencial estratégico de desenvolvimento do produto 'patrimônio cultural' no centro Histórico de São Luís do Maranhão, através de uma abordagem pela oferta, discutindo oportunidades, ameaças e estratégias que se possam constituir entre o Turismo a Cultura, o Patrimônio. Para além da descrição da situação atual do produto, estabelecemos como fundamental o

levantamento do um modelo de gestão e planeamento utilizado para o centro histórico, reconhecendo também como relevante a compreensão da teia de relações que se estabelecem entre os diferentes agentes da oferta.

Enfatiza-se nesta investigação, a avaliação do Centro Histórico de São Luís, Cidade Patrimônio Cultural da Humanidade, a fim de perceber se a mesma está exercendo a função atrativa e ao mesmo tempo desempenhando um papel social e econômico, ao motivar os núcleos emissores no consumo e produção de bens e serviços turísticos. De forma paralela, avaliamos algumas formas em que a cultura e o patrimônio se inseridos numa gestão atuante podem juntamente com o turismo gerar benefícios.

Figura 4.2 – Modelo de análise utilizado



Fonte: elaboração própria.

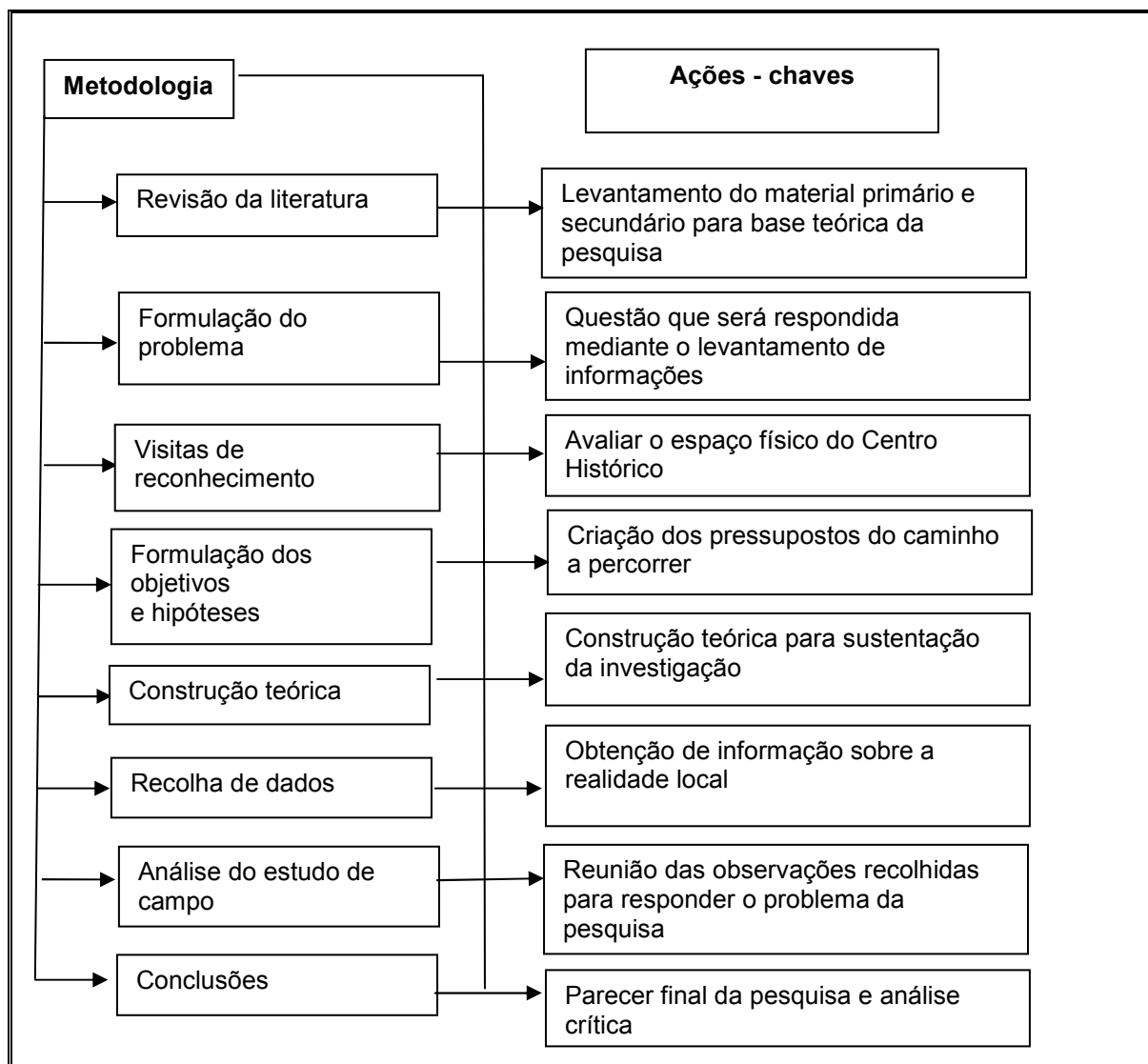
O desenvolvimento do trabalho supõe – no percurso/construído - duas vias na ordem de relações entre as parte e o todo - a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. A primeira foi delineada pela recolha de informação primária e secundária, bem como, a escolha do método de investigação. A segunda numa 'relação de inclusão', com o levantamento de todos os recursos da oferta turística disponível, relacionando todos atores envolvidos, (no sector económico de acordo com a Conta Satélite do Turismo, (i) Alojamento, (ii) Restauração, (iii) Transportes, (iv) Agências de Viagens, (v) Rent a Car, (vi) Serviços Culturais, (vii) Serviços Recreativos, e os Elementos Institucionais baseado em "Eduard Inskeep" - os órgãos competentes ao desenvolvimento do Turismo no centro histórico).

A primeira relação é mais linear, enquanto que a segunda é mais dialética e reflexiva, para no decorrer de nossas pesquisas construirmos um caminho na direção desejada. Uma vez estabelecidas às bases teórico-conceituais, as quais a investigação nos remete, é necessário refletir sobre as escolhas metodológicas capazes de produzir o resultado almejado. Neste sentido, vale a pena estabelecer algumas premissas e cuidados importantes como norteadores dessas escolhas metodológicas.

- *A cultura como uma das bases para política de desenvolvimento econômico e de democratização das riquezas;*
- *A diversidade cultural como forte apelo para a escolha de destinos turísticos, constituindo-se em um importante diferencial;*
- *O turismo cultural como garantia de um interesse em longo prazo;*
- *O desenvolvimento cultural como elemento de atração de um turismo de alto nível, incluindo formadores de opinião e estabelecendo vínculos com o desenvolvimento local e a inclusão social e econômica.*
- *Valorização dos costumes locais;*
- *Envolvimento e investimento de todos os segmentos da cadeia produtiva local de modo a desenvolver um destino a partir de sua cultura;*
- *Consideração dos bens não apenas como mercadoria, mas também como linguagem que forma e informa conceitos;*

O levantamento de toda oferta turística existente é fundamental para reconhecermos a área e traçarmos seu perfil, delineando suas necessidades. O estudo de caso pode envolver exames de registros, observação de ocorrência dos fatos, entrevistas estruturadas e não-estruturadas ou qualquer outra técnica de pesquisa. Referem-se a estudos medianamente profundos de situações consideradas típicas, servindo para análise do relacionamento das variáveis que contribuem para ocorrência de determinado fenômeno. A seguir delineamos a forma como nosso estudo foi proposto.

Ao identificarmos os vetores básicos socioculturais de uma realidade capazes de produzir transformações num destino turístico (mobilização, articulação, educação, cultura e produção) construímos as bases de um caminho para uma estratégia de ação que pudesse: reunir meios, informações, conhecimento, combiná-los de forma mais adequada para alcançar os objetivos, estruturar uma seqüência de procedimentos capaz de reaplicação da estratégia e favorecer a implementação de iniciativas sustentáveis.

Figura 4.3 - Modelo de investigação utilizado

Fonte: elaboração própria

Este percurso foi fundamental para ordenar e estruturar a pesquisa, bem como, analisar e escolher os métodos, técnicas e desenhos da investigação.

Sobretudo, também foi relevante para nosso estudo identificar algumas características pertencentes ao turismo em centros históricos no intuito de criar pistas a serem percorridas no decorrer de nossa pesquisa, com a presença de:

- *Ativos materiais e/ou imateriais de relevância socioeconômica – patrimônio histórico portador de referência à memória e à identidade das comunidades a que pertencem;*
- *Manifestações culturais que fazem parte da cultura tradicional, que se enquadram na definição de patrimônio e originam fluxos turísticos.*
- *Territórios com potencial e/ou vocação de promoção turística, que gerem inclusão social, renda e trabalho para a comunidade.*
- *Lideranças para a condução do processo local.*
- *Pessoas e instituições ligadas à cultura e ao turismo, capazes de implementar novas propostas.*
- *Turismo como vetor da preservação patrimonial.*
- *Infra-estrutura básica e turística disponível (acessibilidade, transportes, agenciamento, hospedagem, alimentação, etc.).*

O tema escolhido está focalizado na reestruturação e consecutiva regeneração de centros históricos, em termos espaciais, abrange uma área muito restrita da cidade, contudo, há necessidade de interação por parte de todos os responsáveis, inclusive da comunidade local, pois se interligam da forma mais evidente.

Nos pontos seguintes apresentam-se: o problema e objetivos da investigação; a seleção dos participantes e o processo de implementação da metodologia; os pressupostos da elaboração do guia da entrevista; e os procedimentos de tratamento de dados e produção de conclusões.

4.3.1 – Objetivos da Revisão da Literatura

A revisão da literatura é um processo que consiste em fazer um inventário e um exame crítico de uma série de publicações, que consideramos pertinentes para a investigação. No decurso desta operação o investigador aprecia, em cada documento os conceitos utilizados, as relações estabelecidas, os métodos empíricos de pesquisa e os seus resultados. À medida que avança, e vai sintetizando as várias componentes conceptuais vai selecionando, desagregando, sintetizando e reconstruindo, de forma mais densa, de modo a utilizar estes materiais na construção de um quadro conceptual complexo (Ferreira, 2000, p.p. 362).

A revisão da literatura partiu da investigação primeira do suporte teórico da pesquisa, na busca de modelos e métodos de investigação científica. Este percurso ajudou-nos a estruturar idéias. As fontes documentais são fundamentais a fim de garantir a evolução do processo de conhecimento. Dada esta primeira fase, foi elaborada uma ampla pesquisa junto aos temas definidos, após análise, consideramos o que era pertinente a nossa investigação. Na construção e desvendamento desse objeto, definimos trabalhar três eixos estruturantes: ***Cultura, Tendências do Turismo cultural e Planejamento e Gestão da Oferta Turística.***

A revisão da literatura permitiu a tomada de decisão quanto ao tipo de abordagem e, propiciou ainda, a definição do problema da pesquisa, dos seus objetivos gerais e específicos.

4.3.2 - O problema e os objetivos da investigação

O problema pode ser respondido por meio da pesquisa, porém, sua formulação requer conhecimento teórico. Daí a necessidade da revisão da literatura fundamentada nos motivos já expostos. *A focalização progressiva do problema estabelece fronteiras da investigação, orienta os critérios de inclusão e exclusão e ajuda a orientar decisões sobre atores e cenários* (Denker, 1998).

Com efeito, nossa proposta busca descrever as características dos vários agentes responsáveis pelo Turismo, Cultura e Patrimônio, com objetivo de avaliar a relação que esses atores estabelecem entre si, como poderá isso contribuir para a afirmação do Patrimônio Cultural como produto turístico no 'Centro Histórico' de cidades, permitindo a reestruturação da oferta através da componente cultural do turismo.

Como problema da pesquisa formulou-se:

É possível criar uma nova estratégia que conduza a revitalização do Centro Histórico de São Luis do Maranhão mediante a reestruturação da oferta existente e do desenvolvimento de novos produtos turísticos, orientados de acordo com as tendências do turismo cultural e Patrimonial?

Partimos por avaliar os estudos já realizados que afirmam que o turismo cultural, apesar de seu rápido crescimento, não é maior que outros segmentos da demanda turística. Pois este rápido crescimento pode ser atribuído à observação do comportamento turístico e de certas macrotendências que mostra o crescimento do consumo da cultura (v.cap. 2).

As **perguntas de partida** (ou hipóteses de trabalho) estabelecidas para a investigação foram:

- Qual oferta turística existente no Centro Histórico de São Luis?
- Existe potencial para desenvolver uma oferta através da Cultura e do Patrimônio?
- Qual o perfil do turista que frequenta esta área?
- Como aproveitar vantagens do turismo Cultural e patrimonial em relação ao perfil deste tipo de turista?
- Há planos de desenvolvimento e/ou revitalização para esta área?
- Quais as relações existentes entre os órgãos competentes para o desenvolvimento do centro histórico de São Luis?
- Quais as estratégias podem ser adotadas para revitalização desta área através da cultura e do patrimônio?

Estabelecido o problema de investigação, apresentadas as hipóteses de trabalho, definimos os objetivos (Quadro 5.3), a partir da revisão de literatura e da teoria existente, pelo que a investigação utiliza em sua essência o método dedutivo, vale ressaltar que para Quivy e campenhoudt qualquer modelo comporta inevitavelmente elementos de estruturação dedutiva, mas também indutiva, desta forma, finalmente criamos o desenho de investigação e seu planejamento. O objetivo define de modo claro e direto que aspecto da problemática constitui o interesse central da pesquisa.

Quadro 4.3 – Objetivo Geral e Específico

Objetivos Gerais	Objetivos Específicos
<ul style="list-style-type: none"> • Explorar os conceitos e evolução histórica da componente cultural no turismo; 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudar a importância da componente cultural no turismo em Centros Históricos; • Analisar se os grupos do Patrimônio e da Cultura se mostram interessados em descobrir experiências Culturais para o Turismo. • Que oportunidades o setor cultural tem para oferecer ao turismo.
<ul style="list-style-type: none"> • Obter uma abordagem geral das novas tendências do turismo cultural e que benefícios podem gerar em conjunto com outros segmentos da oferta turística; 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisar quais as tendências que demonstram o crescimento do consumo da cultura. • Estudar como a oferta de atrações e acontecimentos culturais pode desempenhar um importante papel. • Conhecer o potencial identificado pela indústria turística e pelo sector Cultural em relação aos recursos Culturais e patrimoniais • Identificar os impactos positivos e negativos apontados face à afirmação do Patrimônio Cultural como produto turístico.
<ul style="list-style-type: none"> • Estudar Estratégias de revitalização dos Centros Históricos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar a oferta turística existente e sua evolução; • Verificação dos atrativos do patrimônio cultural e circuitos culturais; • Conhecer as parcerias estratégicas existentes entre os vários organismos. • Conhecer as ações e políticas desenvolvidas para esta área. • Conhecer iniciativas de renovação urbana, reabilitação do Patrimônio e projetos de dinamização Cultural deste centro histórico.
<ul style="list-style-type: none"> • Examinar os tipos de Planejamento e Gestão da oferta turística do Centro históricos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar se existe um sentimento de oportunidade partilhada entre todos os setores envolvidos. • Conhecer a capacidade de inovação dos agentes envolvidos e expectativas de comercialização produto.

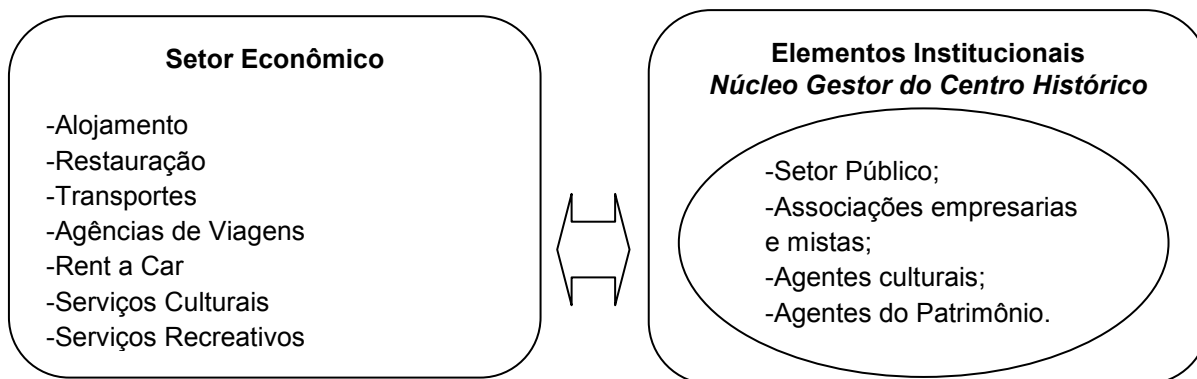
Fonte: Elaboração própria

O caso de estudo estabelecido foi o Centro histórico de São Luis do Maranhão, justificando-se, pela proximidade e pelo interesse demonstrado pelas entidades locais em várias oportunidades, para que se produzisse informação neste domínio e de um valor cultural e artístico do seu Patrimônio inquestionável. Para a recolha de dados primários recorreu-se a métodos distintos, mas ambos de carácter qualitativo: a técnica de observação (participante ou não), entrevista em profundidade e análise de documentos, sendo esta última fundamental para o levantamento de recursos já existentes nesta área.

A escolha das técnicas decorreu-nos pela constante observação dos fatos para obtenção de informações. Muitos dados necessários à pesquisa foram obtidos pela observação direta das situações adequadas e pelos dados analisados, pois o centro histórico de São Luis por muitas vezes é tratado por partes, e não como um fim para o todo, decorrente da falta de interligação de seus responsáveis. Entender e conhecer cada uma destas partes é fundamental, através das entrevistas a fim de perceber atitudes e comportamentos que nos faça entender sua evolução futura. O entendimento entre o sector cultural, patrimonial e a indústria turística (entrevistas), foi outra das opções para aprofundar os dados da situação atual do 'produto' Patrimônio Cultural e por se acreditar que resultaria numa oportunidade de inovar na investigação em Turismo aplicada à realidade de São Luis.

4.3.3 - A seleção dos participantes e o processo de implementação da metodologia

A escolha dos participantes, nas pesquisas qualitativas, é *intencional*, feita em campo, em função do interesse do estudo e das condições de acesso, bem como, da permanência no campo e disponibilidade dos sujeitos. (Denker, 1998). Nossa seleção baseou-se no estudo da conta satélite do turismo com fatores econômicos e da relação, proposta por Inskeep, com os elementos Institucionais (Figura 4.4). Após pesquisar os atores envolvidos, partimos para seleção dos participantes estabelecida a partir da concepção de uma lista de locais relacionados à Cultura, o Patrimônio e o Turismo, com influência nas tomadas de decisão nestes domínios.

Figura 4.4 - Seleção dos Participantes

Fonte: elaboração própria

Ada Denker (1998) sugere que não devemos tomar como base apenas os 'atores principais' do fenômeno investigado, mas também os que se encontram na periferia. Posto isso, ressaltamos que a escolha dos nossos participantes definiu-se através do levantamento realizado no Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis, tendo como base todos os atores que estão diretos e indiretamente ligados a este órgão.

4.3.4 - A coleta, análise e interpretação dos dados

Esta é a fase da pesquisa para obtenção de dados sobre a realidade. A escolha dos métodos de recolha dos dados influencia, portanto, os resultados de modo ainda mais direto: os métodos de recolha e os métodos de análise dos dados são normalmente complementares e devem, portanto, ser escolhidos em conjunto, em função dos objetivos e das hipóteses de trabalho (Quivy e campenhoudt, 1992).

Nosso estudo foi baseado na utilização de entrevistas, que é especialmente indicado para o *levantamento de experiências* (Denker, 1998:166). Procurou-se atentar às vantagens e desvantagens (Quadro 4.2) que usualmente são atribuídas à utilização das entrevistas. Como tal, procurou-se na construção das questões, atentar ao tipo de informação que se pretendia obter, utilizar aquele formato que se demonstrasse mais adequado para cada caso. Portanto, utilizamos dois tipos entrevistas, semi-estruturada para as perguntas ao diretor do Núcleo Gestor do Centro Histórico, a fim de perceber e caracterizar a amplitude do trabalho deste órgão (V. Anexo 5 Entrevista ao Núcleo Gestor do centro Histórico); e entrevista padronizada com perguntas fechadas aos demais

agentes ligados ao núcleo, para que assim pudéssemos perceber a atitude de cada órgão interligado, relacionando os elementos observados e por fim registrando numa escala de concordância (V. Anexo 6 Guia de entrevista padronizada aos principais órgãos do turismo do centro Histórico).

No primeiro caso, as questões em que se privilegiou a obtenção de informações mais qualitativas e aprofundadas, utilizaram-se questões abertas: Como funcionam as parcerias do Núcleo Gestor com os demais órgãos e empresas do setor turístico no Centro Histórico? (público e privado), enquanto que, no segundo caso as perguntas foram fechadas, sobretudo onde se pretendia que o entrevistado fizesse uma opção: O «patrimônio Histórico e cultural» do centro histórico poderá constituir-se como principal produto da oferta turística de São Luis? Sim/Não/NR.

Nas entrevistas padronizadas, as perguntas e a ordem são preestabelecidas, porém o pesquisador tem a liberdade de adequar o conteúdo à situação ou reação do entrevistado. Enquanto que nas perguntas livres, a tarefa do entrevistador é estimular o entrevistado a falar livremente, ao mesmo tempo em que deve procurar anotar de forma literal as respostas dadas por ele (Denker, 1998:170).

A entrevista com perguntas abertas, como são bons indicadores do nível de conhecimento dos inquiridos acerca do tópico, teve como objetivo, aprofundar as questões mais importantes. Para as questões das entrevistas padronizadas procurou-se ter em atenção que: questões abertas apresentariam maior dificuldade de codificação da informação e de comparação válida entre as respostas obtidas, então com a necessidade de estabelecer comparação entre a informação a recolher junto dos diferentes inquiridos, optou-se pelas questões fechadas neste caso.

Procurou-se atribuir uma seqüência lógica às questões, no começo colocaram-se as mais importantes, como forma de indicar aos inquiridos o estilo geral da entrevista. Na entrevista escrita foi assegurada a confidencialidade das respostas.

Na construção dos formulários de entrevistas procuramos obter informações relativas desde a concepção (da existência) do órgão (entrevista semi-estruturada com perguntas abertas), quem são os principais parceiros até os critérios que atribuem a respeito dos assuntos abordados e qual seria a visão de futuro.

4.4 – Conclusão do capítulo

Para a escolha dos métodos a utilizar nesta investigação determinaram-se como fatores fundamentais a reunião de informações substanciais do Turismo, do Patrimônio e da Cultura. Pode-se afirmar que, a investigação desenvolvida procurou avaliar as formas de gestão do Patrimônio Cultural em prática, estabelecer a visão estratégica do produto e verificar oportunidades futuras para uma gestão acertada, cumprindo desta forma, seu verdadeiro valor de cidade hoje reconhecida como Patrimônio Mundial da Humanidade.

Apesar de reconhecido o nosso problema de investigação como qualitativo e de termos utilizado métodos de análise quantitativos para o tratamento dos dados recolhidos através do questionário, saliente-se a falta do posicionamento local de forma alargada, uma vez que apenas as entidades representantes do Centro da Cidade foram analisadas, como também o estudo foi caracterizado unicamente pelo lado da oferta, deixando para um próximo tema, o estudo da demanda nestes casos.

O presente trabalho é fundamentalmente um ‘estudo de caso’, que procura fazer o diagnóstico da situação atual do Patrimônio Cultural no centro Histórico de São Luis como produto turístico e conhecer de que forma é conduzido por seus principais agentes que compõem a oferta.

Com a utilização de entrevistas procurou-se atentar ao tipo de informação que se pretendia obter, utilizar aquele formato que se demonstrasse mais adequado para cada caso, com a entrevista aberta ao diretor do Núcleo Gestor do Centro Histórico, pode-se perceber e caracterizar a amplitude do trabalho deste órgão e entender mais de perto a realidade atual de nosso Centro Histórico, com a entrevista padronizada aos demais agentes ligados ao núcleo, cada órgão demonstrou seu real interesse em considerar suas atribuições e interesse na salvaguarda deste local. Por fim, a experiência em observar e conhecer de perto a realidade dos principais órgãos e agentes envolvidos neste processo de reestruturação, ganhou grande impacto a nossa pesquisa, pois houve a possibilidade de relatos mais conclusivos.

Portanto, o estudo permitiu a determinação do desenvolvimento turístico do Patrimônio Cultural esperado pelos agentes da oferta, com base em dados qualitativos, que poderão servir de base à tomada de decisões nos domínios da gestão e planejamento turístico.

5 - O caso da oferta turística e cultural do Centro histórico de São Luís do Maranhão

*“De pedras e azulejos, mirantes e becos,
sobrados e torres faz-se uma cidade: ainda mais alma”.*
Bandeira Tribuzi

5.1 - Introdução

Enfatiza-se, nesta etapa do trabalho, a avaliação do Centro Histórico do destino São Luís do Maranhão, Cidade Patrimônio Cultural da Humanidade, a fim de perceber como a mesma está exercendo sua função atrativa e de que modo pode fazer uso dos produtos culturais, e ao mesmo tempo desempenhar um papel social e econômico, ao motivar os núcleos emissores no consumo e produção de bens e serviços turísticos.

Neste capítulo tomamos como ponto de partida as orientações dos estudos sobre o patrimônio cultural e seus aspectos, com as considerações históricas sobre a cidade de São Luís, e sua evolução, bem como, a caracterização do Patrimônio e seu estado de conservação no Centro Histórico e seus principais interventores (ponto 5.2).

Num segundo momento (ponto 5.3), mais especificamente voltado para oferta turística, avalia-se a infra-estrutura oferecida pelo Centro Histórico, equipamentos e serviços culturais, diversidade da oferta comercial, a qualidade do acolhimento turístico nesta zona, assim como, a acessibilidade, trânsito, sinalização, limpeza e segurança, por último faz-se uma análise dos principais serviços oferecidos por monumentos e museus compatibilizando estes resultados com as principais intervenções do Núcleo Gestor do Centro Histórico. Neste sentido também será avaliado a oferta de habitação, avaliação do estado do parque habitacional e descrição das políticas de reabilitação deste centro.

Partimos então, para uma avaliação crítica de todo estudo realizado na área do centro Histórico de São Luís, fornecendo algumas sugestões para melhorar o desenvolvimento da oferta turística do Centro Histórico. Por último, faz-se a análise de como se comporta a relação do Núcleo Gestor e os demais parceiros envolvidos no centro histórico, segue-se com análise da entrevista ao Núcleo Gestor do Centro Histórico, bem como, os questionários aos principais órgãos ligados ao desenvolvimento desta zona.

5.2 – Considerações Históricas sobre São Luis do Maranhão

Para a elaboração deste tópico, decidimos em primeira estância abordar as questões que envolvem o Estado do Maranhão como um todo, para em seguida darmos ênfase a capital do Estado, São Luis. Daremos início por delinear a evolução histórica, situando desde a descoberta até os dias atuais, desta forma, possibilitando compreender como hoje se tornou cidade com conceito de Patrimônio Histórico da Humanidade.

A terra que hoje se chama Maranhão foi segundo algumas estórias e alguns historiadores, o primeiro território a ser conhecido pelos obstinados descobridores europeus. De qualquer forma, norteados toda a América Latina, os limites que contornam o Maranhão, tanto o de outrora como o atual, sempre estiveram como a dar boas vindas a quem viesse do mar. Assim passaram por aqui muitos e muitos, até que em Abril de 1500 o português Pedro Álvares Cabral descobre oficialmente a nossa antepassada Vera Cruz, legitimando para todos os efeitos a posse de Portugal sobre o que viria a ser o Brasil⁴⁵.

Em 1612, uma expedição francesa comandada por Daniel de la Touche, Senhor de la Ravardière, partia de Cancale (Saint-Malo) na Bretanha, com o apoio da regente Maria de Médicis, para se apossar do Maranhão e fundar aqui a França Equinocial. No dia 8 de setembro, foram concluídos o Forte e Vila de São Luís, assim nomeado em homenagem a Luís XIII. Porém, por criar uma crise diplomática entre estes países no ano de 1615, há finalmente à reconquista do Maranhão pelos portugueses instalados no Estado de Pernambuco.

A partir de 1620, casais de colonos chegavam dos Açores e tentava-se aclimatar culturas de exportação (açúcar e algodão). A cidade se desenvolvia, e voltara a ser objetivo estratégico para as potências européias. Deste modo, atraiu os holandeses de Maurício de Nassau, já solidamente instalados em Recife capital do Estado de Pernambuco, conquistaram São Luís em 1641, mas logo foram expulsos em 1644. São Luís é desse modo, a única capital brasileira que foi francesa, holandesa e portuguesa, conservando vestígios de todos esses povos, aos quais é preciso acrescentar o substrato das populações nativas – os Tupinambás e suas variantes mestiças, como os mamelucos e

⁴⁵ Site São Luís Patrimônio da Humanidade, consulta realizada em 14 de janeiro de 2008.

os caboclos. A partir do século XVII, chegavam massas de escravos africanos, vindos principalmente das costas da Mina e de Angola⁴⁶.

Ao final do século XVII, a cidade tinha uma população relativamente grande para a época, estimada em 10.000 habitantes, a qual, um século após, teria atingido a marca dos 17.000 habitantes. Nos séculos XVIII e XIX a cidade cresceu, o surto de desenvolvimento econômico do algodão e do arroz consolidou a edificação do maior conjunto arquitetônico e ambiental de tradição colonial portuguesa da América Latina (Dossiê UNESCO, 1996).

São Luís, que já foi em 1850 considerada a quarta cidade mais importante do Império Brasileiro, viveu uma triste história de descaso e abandono desse sítio histórico. Até podermos falar do Centro Histórico e do Projeto Reviver⁴⁷, mesmo que em grande parte do resto da cidade, as condições socioeconômicas apresentem um péssimo quadro. Adiante iremos nos aprofundar no caso do Projeto Reviver.

O ponto a seguir descreve a evolução da urbanização do Centro Histórico de São Luís, desde a sua construção até os traços que permanecem marcantes nos dias atuais.

5.2.1 – A Evolução Urbana do Centro Histórico

O início da urbanização na então conhecida Vila de São Luís data do período de 1615, após expulsão dos franceses e a vinda do Engenho – Mór do Estado do Brasil, Francisco Frias de Mesquita, neste período foi deixado um plano de urbanização que passou a se constituir o referencial para a expansão e desenvolvimento da cidade e foi ao ponto de determinar a construção de uma casa “como modelo para as que viessem a ser feitas”, como se lê no Regimento deixado pelo Capitão-Mor Alexandre de Moura ao seu sucessor Jerônimo de Albuquerque em 9 de Janeiro de 1616.

Este plano foi decisivo para conferir à cidade um aspecto de regularidade geométrica, talvez o primeiro realizado no Brasil e que serviu para orientar o crescimento da capital maranhense nos períodos subseqüentes até o final do século XIX. Entretanto, nas suas

⁴⁶ Site oficial do governo do Estado do Maranhão em pesquisa realizada 14 de janeiro de 2008.

⁴⁷ O Projeto Reviver é o nome de um espaço de construções antigas, com ruelas e detalhes, onde se originou a cidade de São Luís do Maranhão.

outras características originais, a cidade confirma o modelo de ocupação usualmente adotado pelos nossos ancestrais colonizadores. A “Cidade Alta”, administrativa, militar e religiosa e a “Cidade Baixa”, marinheira e comercial, que, associadas à tipologia dominante das edificações surgidas mais tarde, a partir do final do século XVII (Dossiê UNESCO, 1997⁴⁸).

A partir do último quartel do Século XVIII, as casas que eram em sua maioria eram muito precárias e construídas de taipas⁴⁹ e palhas, passaram a ser substituídas por sólidas edificações, surgindo detalhes mais sofisticados e adotado ao clima tropical – úmido.

São Luís foi a primeira capital entre o Norte e o Nordeste Brasileiro a possuir um sistema de transporte urbano modernizado, em finais do século XIX, além disso, foi também a primeira a possuir companhias de água e luz e limpeza urbana e um aperfeiçoado sistema de iluminação pública com lampiões a gás, alimentados por via subterrânea, e finalmente, de uma companhia Telefônica. Nessa mesma época ocorre um surto de indústrias têxtil, com dezenas de empresas fabris que até hoje constituem impressionantes exemplares da arquitetura industrial brasileira.

Figura 5.1 – Centro Histórico de São Luis Século XVIII



Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

No entanto, o século XX chega para o Maranhão como um período demorado de estagnação econômica. A partir da década de 20 foi reduzida a expansão de suas atividades e funções, e a São Luís urbana de então era ainda basicamente o que hoje se

⁴⁸ Proposta do Governo do Estado do Maranhão para inclusão do Centro Histórico de São na lista do Patrimônio Mundial, 1997.

⁴⁹ Material de barro e madeira.

reconhece como Centro Histórico, ou seja, uma área de 220 hectares, com mais de 3.500 edificações. Mas esse período de isolamento e estagnação permitiu a preservação de seu extraordinário Centro Histórico, com a expressividade das linhas arquitetônicas típicas da arquitetura portuguesa dos séculos XVIII e XIX.

O fato é que, pela incapacidade de realizar investimentos, nas últimas décadas, não se processou na capital maranhense a renovação urbana que contribuiu para descaracterizar os centros históricos das outras cidades do litoral. E mesmo com o abandono a que ficou relegada nesse período, São Luís conserva até hoje recursos urbanos e ambientais que já se perderam na maior parte das capitais brasileiras (Dossiê UNESCO, 1997).

Este quadro de abandono e arruinamento começa a ser revertido no final dos anos 80, quando o Governo do Estado do Maranhão inicia o programa de investimentos, predominantemente com recursos próprios, e após um período de levantamentos, elaboração de projetos, pesquisas e de consultas aos diversos segmentos da sociedade dá curso à revitalização da área mais significativa do Centro Histórico, no tradicional bairro da Praia Grande, recuperando a totalidade dos serviços de infra-estrutura, retornando às dimensões originais de ruas e passeios, através das obras e projetos integrantes do Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico de São Luís – PROJETO PRAIA GRANDE – REVIVER, implantado no período 1978-1996 (as ações do programa serão vistas no tópico 5.3.3).

Disciplinou-se, também, a circulação de veículos automotores. Implantou-se uma rede de centros de cultura e foram restaurados os imóveis do poder público. No início dos anos 90, nova intervenção estatal abre espaço para a revitalização da área social. Através do Subprograma de Habitação no Centro Histórico, o Governo investiu na recuperação de um imóvel com vistas a consolidar a vocação residencial da Praia Grande, e a volta também dos investimentos privados através da instalação de comércio e serviços com a escala e especialidade das edificações, o que encerraria o ciclo de esvaziamento socioeconômico do Centro Histórico de São Luís.

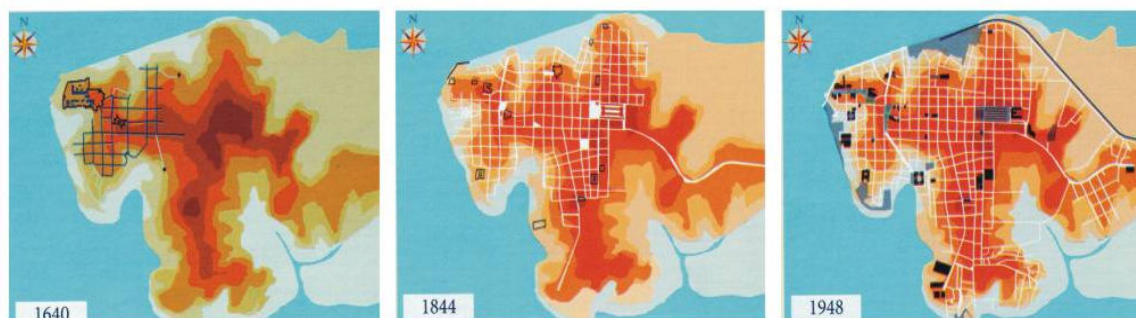
Atualmente não existem registros com grandes alterações em relação ao que foi realizado na última década, e com as mudanças governamentais os ritmos nos processos de mudanças se tornam ainda mais lentos. Todos os registros com ações realizadas no Centro Histórico serão abordados nos capítulos a seguir.

5.2.2 - Caracterização do Centro Histórico

Em razão do carácter monumental das suas edificações, da homogeneidade do seu conjunto, da integridade do seu traçado urbano seiscentista, e do seu patrimônio imaterial, o Centro Histórico de São Luís representa um marco referencial importantíssimo para história brasileira e mundial. O espaço urbano, a arquitetura e as suas manifestações culturais, conferem a São Luís identidade personalidade histórica e cultural própria (Bógea et al, 2005).

O Centro Histórico de São Luís com seus duzentos e vinte hectares é composto pelo núcleo primitivo da cidade, datado do primeiro quartel do século XVII, e dos espaços urbanos adjacentes datados dos séculos XVIII, XIX e XX.

Figura 5.2 – Mapas do desenvolvimento do Centro Histórico de São Luís



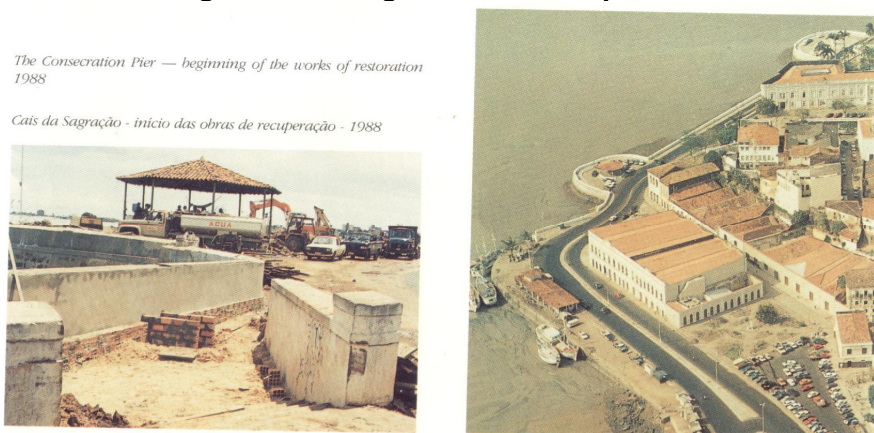
Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

A idéia da concentração das pessoas e do poder em lugares elevados foi o modelo usado pelos colonizadores portugueses, assim a cidade alta – era administrativa, militar e religiosa e a cidade baixa, que por sua vez, era marinheira e comercial. Associadas à tipologia dominante das edificações surgidas mais tarde, a partir do final do século XVIII, conferem a São Luís até os nossos dias, uma forte conotação lusitana fazendo evocar, em diversos trechos de sua paisagem urbana, aspectos de Lisboa e da cidade do Porto (Cafeteira, 1994).

As marcas ou sinais de origem nitidamente portuguesa encontram-se, em muitos elementos dessas construções. O primeiro núcleo da cidade, iniciado por volta de 1620, originou-se como porto para navios de muitas nacionalidades que rodeavam as costas

brasileiras. Esta área é atualmente um espaço ou ancoradouro para pequenas e médias embarcações.

Figura 5.3 – Região do cais do porto inicial



Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

O centro histórico de São Luís apresenta textura compacta e regular, formado por quadras de tamanhos reduzidos (oitenta por oitenta metros), edificações implantadas sobre a malha urbana viária ortogonal no sentido norte-sul, de forma contínua nas testadas de lotes, estabelecendo alinhamento regular com movimentos que variam entre sete e dez metros de largura, entremeadas por pequenos espaços abertos criados normalmente nas áreas fronteiras as igrejas e em alguns casos por desaparecimento de edificações na malha urbana. Esses espaços criam um peculiar ritmo na paisagem urbana. As edificações são representadas através de tipologias e plantas bem características a exemplo dos sobrados, porta e janela, meia-morada e morada-inteira (Bógea et al, 2005).

Figura 5.4 - Tipologias arquitetônicas do Centro Histórico de São Luís



Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

As dimensões do Centro Histórico de São Luís podem ser facilmente percorridas a pé, em seu traçado ortogonal das vias estreitas determinando a formação de quadras reduzidas, bem como a altura das edificações de baixo gabarito, contribuem para dotar a área de uma escala humana e íntima, onde o ritmo estabelecido pelas alturas dos telhados, pela topografia e pela simetria das fachadas, oferece um resultado de grande harmonia.

O conjunto delimitado estritamente pelos perímetros dos Tombamentos Federal (cerca de 1.000 edificações) e Estadual (cerca de 2.500 edificações) possui um total aproximado de 3.500 imóveis de valor histórico e arquitetônico, a maioria civil, com construções do período colonial e imperial, com características peculiares nas soluções arquitetônicas de tipologia, revestimento de fachadas e distribuição interna. E por último, o entorno das zonas tombadas, também recebem bastantes influências da tradição colonial e neo-colonial, e outras que também se caracterizam por uma certa homogeneidade e interesse histórico com alguns destaques (Dossiê da UNESCO, 1997).

São Luís foi à primeira cidade brasileira a ter sua planta previamente traçada em malha urbana ortogonal, posicionada no sentido dos pontos cardeais e com as ruas de igual largura. Possui o maior conjunto urbano da arquitetura civil dos séculos XVIII e XIX da América Latina, e neste aspecto, atinge o nível de excepcional.

Figura 5.5 - Mapa 1640 registrado pelos holandeses e Traçado de 1640 sobre o atual 1998



Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

A proposta do Governo do Estado do Maranhão para Inclusão do Centro Histórico de São Luís na lista do Patrimônio Mundial da UNESCO possui a delimitação do núcleo principal do acervo em questão, com uma área listada no Tombamento Federal no Centro Histórico de São Luís (*Ver anexo 7*). Além dos conjuntos urbanos mencionados em anexo, que constituem o núcleo principal do Centro Histórico de São Luís, fazem parte integrante do Inventário Federal ora considerado, várias edificações e monumentos isolados situados fora dos perímetros dos conjuntos sob proteção federal, totalizando 16 processos de tombamento federal no período de 1940 a 1987.

Bógea et al (2005) conclui que, os estudos e reflexões acerca do Centro Histórico de São Luís constantes no processo de tombamento federal e no dossiê de inclusão na lista do patrimônio mundial pela UNESCO deixam claro, que a delimitação do perímetro do tombamento federal está baseada na ampliação do conceito do patrimônio Cultural.

5.2.3 - As Edificações características do Centro Histórico de São Luís

O que se vê, caminhando pela colina ou na base dela, é um conjunto de edificações bastante comuns entre si, maiores ou menores, com ou sem detalhes, espalhando-se em ruelas ou ruas, largas ou estreitas, onde de vez em quando se encontra um espaço maior aberto para uso ou encontro de caminhos. Isso tudo dá uma visão de passado e transporta para um tempo e um espaço que coincide com lugares de Portugal/Açores, tranquilos ou mais movimentados (Bógea, et al, 2005).

No interior destas edificações adaptadas ao nosso clima tropical, verificamos a presença dos seguintes elementos arquitetônicos:

- **Piso** – No pavimento térreo a maioria utiliza o revestimento de pedra lioz, mas também é usual o emprego da pedra cabeça de negro e do seixo rolado, formando desenhos geométricos. O mosaico, ladrilho hidráulica ou cerâmica, em algumas dessas edificações vão ser utilizados a partir do final do século XIX.
- **Forros** – em madeira com formatos e tipos diferente: plano, inclinado, apainelado e abobadado; tipo saia e camisa, ripado simples ou em forma de escama de peixe para favorecer a ventilação.

- **Paredes** – em alvenaria de pedra com argamassa de cal de sarnambi e óleo de baleia, ou de taipa, são rebocadas e caiadas e apresentam o pé direito variando entre quatro e cinco metros.
- **Varandas** – são guarnecidas de esquadrias de madeira e vidro, do tipo veneziana ou guilhotina, voltadas para o pátio interno. Estas possibilitam a ventilação e aeração dos ambientes. Importante destacar a riqueza de formas e de senhos dos entalhes das bandeiras de portas e cancelas (Bógea et al, 2005).

Os tipos de habitação que mais caracterizam o conjunto sob tutela de classificação para UNESCO foram:

- Os solares,
- Os sobrados,
- As moradas inteiras,
- As meias – moradas
- E casas “porta – e – janela”.

Um número considerável dessas edificações tradicionais do Centro Histórico possui a fachada principal revestida em azulejos importados, predominantemente portugueses, que confere a São Luís o título de “Cidade dos Azulejos”, como é conhecida internacionalmente.

Figura 5.6 - Edificações Características do Centro Histórico



Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

Existe, também, um número significativo de construções de caráter oficial e civil com características neoclássicas, do período dos séculos XIX e XX, apresentando desenhos e adornos de feição neoclássica, principalmente na composição dos elementos de fachada, como platibandas, frontões triangulares, colonatas e escadarias.

5.2.4 – Informações sobre o Título de Patrimônio Cultural da Humanidade da Unesco na cidade de São Luis

Para serem incluídos na Lista do Patrimônio Mundial, os sítios devem satisfazer critérios de seleção. Estes critérios são explicitados nas "Orientações para a Aplicação da Convenção", que juntamente com o texto da Convenção, constituem o principal documento de trabalho sobre o patrimônio mundial. Os critérios têm sido revisados periodicamente pelo Comitê dos Estados-membros para se adaptarem à evolução do próprio conceito de patrimônio mundial. Afirmar a UNESCO (2005) que os Bens Culturais devem:

- a) representar uma obra notável do gênio criativo humano;*
- b) ser a manifestação de um intercâmbio considerável de valores humanos durante um determinado período ou em uma área cultural específica, no desenvolvimento da arquitetura, dos monumentos artísticos, do planejamento urbano ou desenho paisagístico;*
- c) contribuir com um testemunho único ou pelo menos excepcional de uma tradição cultural ou de uma civilização existente ou já extinta;*
- d) ser exemplo destacado de um tipo de construção, ou de conjunto arquitetônico, tecnológico ou paisagístico que ilustre uma ou mais etapas significativas da história da humanidade;*
- e) constituir exemplo destacado de habitat, estabelecimento humano tradicional ou de uso na região, que seja representativo de uma ou mais culturas, especialmente se esses bens tornam-se vulneráveis por efeito de alterações irreversíveis;*
- f) estar associado direta ou indiretamente com acontecimentos ou tradições vivas, com idéias ou crenças, ou com obras artísticas ou literárias de excepcional valor universal (o Comitê considera que este critério não deveria justificar a inscrição na Lista, salvo em circunstâncias excepcionais e na aplicação conjunta com outros critérios culturais ou naturais);*

É igualmente importante o critério da autenticidade do sítio e a forma como este seja protegido e administrado. Segundo a UNESCO o processo que inicia a inscrição de um bem cultural na lista do patrimônio mundial demanda duas etapas distintas. Na primeira, o Estado interessado inventaria todo o bem cultural e nele aplica as medidas necessárias para a sua proteção. Essa proteção é executada mediante uma política legislativa, onde o Estado propõem um plano gestor para uma proteção mais eficaz ou impedindo qualquer alteração ou modificação no patrimônio que venha a comprometer sua maior característica. Na segunda etapa, a solicitação da inscrição do bem cultural é submetida ao exame de deliberação do Comitê de Avaliação, após a previa consulta a ICOMOS. Esse Comitê pode aceitar ou rejeitar a proposta de inscrição do bem após uma prévia consulta ao Estado interessado.

Pellegrine (1993) ressalta que em várias ocasiões o Comitê reconheceu o valor do bem cultural proposto, mas adiou a inscrição até que o estado tomasse medidas de proteção adequadas. Segundo o autor a inscrição do patrimônio cultural de cidades brasileiras é feita através de propostas encaminhadas pelo governo federal, por intermédio do Ministério das Relações Exteriores, mediante dossiês encaminhados ao ICOMOS, instruídos com o nome do patrimônio e dos bens que o constituem, sua localização geográfica, as medidas de proteção e a justificativa de seu “valor universal” (UNESCO, 2005).

Para a representação do Centro histórico de São Luís que é o objeto deste estudo, a sua defesa se respalda no fato de representar uma construção arquitetônica única portuguesa do período colonial, pela generosidade dos materiais empregados nas construções e pela utilização de materiais únicos, não encontrados em outras construções brasileiras referente ao mesmo período, como os azulejos refinados utilizados na decoração e na proteção térmica (UNESCO, 2005). A representação da inscrição do bem defendeu a classe na categoria cultural, do tipo conjunto arquitetônico, conforme o artigo 1º da Convenção Relativa à Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, de 1972.

O Comitê do Patrimônio Mundial da UNESCO afirmou que o Centro Histórico de São Luís é um exemplo excepcional de cidade colonial portuguesa, adaptada com sucesso às condições climáticas da América do Sul Equatorial, e que tem conservado dentro de notáveis proporções o tecido urbano harmoniosamente integrado ao ambiente que o cerca. A área da São Luís que foi declarada Patrimônio Cultural da Humanidade abrange

a Praia Grande e suas adjacências, fazendo parte da zona de tombamento feito pela União na década de sessenta. Esse é o conjunto de maior expressão histórica e volumétrica e maior densidade construtiva e unidade arquitetônica, assentado sobre a planta urbanística de 1624, do engenheiro português Francisco Farias de Mesquita (UNESCO, 2005).

No dia 03 de dezembro de 1997, São Luís foi incluído no seleto grupo de cidades e santuários naturais que receberam o título de Patrimônio Cultural da Humanidade. No Brasil, é a quinta cidade a ser agraciada, ao lado de Olinda, Ouro Preto, Rio de Janeiro e Brasília.

O processo de reconhecimento foi longo (cerca dois anos). Uma das primeiras ações para consagração do título foi a entrega da proposta à UNESCO em Paris em maio de 1996. Em julho do mesmo ano, o Ministério da Cultura afirmou o apoio à candidatura. Em janeiro de 1997, veio a São Luís a comissão técnica do ICOMOS, para avaliar as condições arquitetônicas e históricas da cidade. Em fevereiro, a comissão deu a aprovação.

Em junho de 1997 a proposta foi aprovada sem ressalvas pelo Bureau do Comitê de Patrimônio Mundial. Em 03 de dezembro de 1997 o Comitê reuniu-se em Nápoles (Itália), aprovando por unanimidade a inclusão de São Luís na lista do Patrimônio Mundial da Humanidade. Para o Comitê o motivo da concessão do título a São Luís é seu rico acervo arquitetônico e colonial português dos séculos XVIII e XIX adaptado com sucesso à vida moderna e às condições climáticas da América do Sul, além da visível conservação. Com 60 hectares e 4.000 imóveis de valor histórico e arquitetônico, esta área reconhecida pela UNESCO como Patrimônio da Humanidade é praticamente a mesma tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico da União.

Com base no processo de inclusão do Centro Histórico de São Luis na lista de Patrimônio Mundial da UNESCO exposto acima, abordaremos em seguida as principais características das edificações desta zona a fim de perceber melhor o que levou a cidade a receber o título de Patrimônio Cultural da Humanidade.

5.3 - O Patrimônio e seu estado de conservação

A conservação e a restauração de artefatos com valor histórico, isto é com valores de acontecimentos expressivos e singulares, interessam a muitos países e têm preocupado muitos especialistas. O acervo arquitetônico – templos, castelos, fortalezas, conjuntos residências de várias épocas e diferentes estilos de países europeus como França, Portugal, Espanha, dentre outros, a partir do fim do século XIX, levaram autoridades a debates sobre a conservação, restauração, proteção, intervenção e revitalização de imóveis de grande valor econômico.

Na primeira metade do século XX, a exemplo de muitos centros históricos em todo o mundo, há expansão residencial para áreas novas mais nobres, causando assim um abandono a muitos casarões históricos que passam a ser ocupados pela administração pública e a população de baixa renda.

A débil atividade econômica do Estado nestas primeiras décadas, inibe ações mais vigorosas de renovação urbana por parte do poder público, que se vê impossibilitado de aplicar no Centro Histórico o modelo “haussmanniano” dos boulevares parisienses. Aqui, a modernização urbana vai se limitar a intervenções mais ou menos isoladas que, na tentativa de abrir mais espaço para a circulação veicular, diminui os passeios de pedestres para alargar a caixa de rolamento das estreitas ruas coloniais ou demole edificações implantadas fora do alinhamento das edificações e que ameaçam o disciplinamento do trânsito (Dossiê UNESCO, 1997).

Ainda neste período, primeira metade do século XX, há tentativas de possibilitar o almejado “ordenamento” urbano, à feição dos conceitos e tendências de uma época de ímpetos de modernização, sem considerar as referências históricas e culturais. Já o início da segunda metade do século XX é caracterizado pelo abandono das tentativas de renovação urbana no Centro Histórico, e começam a assistir as primeiras construções modernas que quebram a horizontalidade e homogeneidade do conjunto arquitetônico. A partir das décadas de 70 e 80 consolida-se o esvaziamento econômico e social da Praia Grande, e de outros bairros adjacentes, levando ao abandono inúmero imóveis na área e ao conseqüente arruinamento dos mesmos.

É apenas no final da década de 80 que o Governo do Estado do Maranhão inicia o primeiro programa de investimento para revitalização desta área (Dossiê, UNESCO) “dá curso à revitalização da área mais significativa do Centro Histórico, no tradicional bairro da Praia Grande, recuperando a totalidade dos serviços de infra-estrutura, retornando às dimensões originais de ruas e passeios, através das obras e projetos integrantes do Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico de São Luís – PROJETO PRAIA GRANDE – REVIVER, implantado no período 1978-1996”.

Figura 5.7 – O Reviver – visão aérea atual



Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

Nessa área aconteciam sempre inundações pelo uso inadequado das estruturas de drenagem das águas da chuva e esgoto das ruas, pelo porto ou pelo comércio. Com as modificações previstas pelo projeto de restauração, a rede de água e esgoto foi substituída, sendo descobertos canais de escoamento dos quais se tinha notícias apenas na tradição oral, e de galerias subterrâneas, antes entupidas, que fizeram à drenagem das águas obstruídas.

E em início da década de 90 a nova intervenção estatal abre espaço para a revitalização social da área. Através do Subprograma de Habitação no Centro Histórico, o Governo acena com a possibilidade de investimento na recuperação dos imóveis com vistas a consolidar a vocação residencial da Praia Grande, o que permitirá a volta também dos investimentos privados através da instalação de comércio e serviços com a escala e especialidade das edificações, o que encerraria o ciclo de esvaziamento socioeconômico do Centro Histórico de São Luís.

O termo preservação está aqui empregado em seu sentido mais amplo, significando um conjunto de atos destinados a garantir a permanência do valor simbólico do bem cultural. A preservação busca a permanência dos bens de interesse da coletividade, ou seja, os bens aos quais se atribui valor significativo cultural (Pelegrine, 1993).

Adicionar a importância “para que tomar?” no contexto da realidade no Brasil é para Bogéa et al, o Patrimônio cultural que reflete pluralidade e diversidade das culturas formadoras da sociedade brasileira, marcos referenciais da trajetória empreendida por índios, africanos, europeus e asiáticos, ao longo dos séculos em solo brasileiro. Dessa forma, os maranhenses vêm produzindo sua cultura. Esse patrimônio cultural pertence a todos os habitantes da cidade, trata-se de um bem cuja preservação é de interesse coletivo. Para garantir que o interesse coletivo prevaleça sobre o individual, o poder público utiliza seu principal instrumento jurídico, o tombamento. Este instrumento coloca sob sua tutela os bens dignos de preservação, não sendo permitido a sua demolição ou descaracterização.

5.3.1 - Agentes Responsáveis pela Preservação e/ou Conservação

O processo de conservação do patrimônio cultural, ou mais especificamente do patrimônio ambiental urbano, pode ser considerado em si como um processo de sustentabilidade, já que traz implícito alguns de seus pressupostos, entre eles o da comunidade, ou seja: do processo de monitoramento e controle das intervenções (Marques, 2002).

Para a preservação e/ou conservação do patrimônio em São Luis conta-se com os seguintes órgãos:

1) Nível Federal:

- **Ministério da Cultura – MinC:** Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN (3ª Coordenadoria Regional);

2) Nível Estadual:

- **Conselho Estadual de Cultura do Maranhão – CONSECMA:** deliberação superior sobre as políticas culturais e de preservação do acervo histórico – arquitetônico e ambiental urbano;

- **Secretaria de Estado do Planejamento – SEPLAN:** definição do Orçamento, aprovação de propostas orçamentárias e respectivas despesas; articulação com organismos internacionais de financiamento; provimento de contrapartidas; liberação de recursos para pessoal, custeio de atividades, contratação de projetos, obras de preservação e de conservação dos bens culturais, dos órgãos do Sistema Estadual de Cultura e do acervo do Patrimônio Histórico⁵⁰.

- **Secretaria de Estado da Cultura – SECMA, através dos seguintes órgãos:** Departamento do Patrimônio Histórico Artístico e Paisagístico do Maranhão – DPHAP/MA (fiscalização e aprovação de projetos); Departamento de Projetos Especiais – DPE (elaboração e acompanhamento de projetos);

- **Secretaria de Estado da Infra-estrutura – SINFRA:** contratação e execução de obras de restauro e reforma; contenção de ruínas; obras preventivas para evitar arruinamento dos prédios e bens imóveis públicos; fornecimento e execução serviços para manutenção e implantação de redes de energia elétrica e iluminação pública, água e esgotos sanitários; obras de manutenção e complementação do Aterro do Bacanga (Parque Estadual João Paulo II) e de engenharia viária nas vias arteriais primárias, pontes e barragem de acesso ao Centro Histórico.

3) Nível Municipal: Prefeitura Municipal de São Luís

- FUMPH – Fundação Municipal do patrimônio (Núcleo Gestor do centro histórico).
- Secretaria Municipal de Terras, Habitação e Urbanismo – SEMTHURB.
- Instituto de Planejamento – IPLAN
- Companhia de Limpeza Urbana – COLISEU
- Secretaria Municipal de Infra-estrutura – SINFRA

⁵⁰ Todas as dotações orçamentárias e despesas das secretarias e sistemas setoriais são contingenciadas e devem ser aprovadas preliminarmente pela SEPLAN. A SECMA não tem autonomia financeira e nem orçamentária para executar ou contratar qualquer serviço de projeto, pesquisa ou obra, sem anuência prévia da SEPLAN.

Dentro da proposta de nosso estudo dar-se-á ênfase a gestão á nível municipal com o Núcleo Gestor do Centro Histórico, pelas particularidades que se encerram em suas atividades desenvolvidas em parceria com todos os atores envolvidos. Nos pontos a seguir trataremos dos programas desenvolvidos no âmbito do CHSL e a nova gestão articulada com a criação deste núcleo.

5.3.2 - Programa de Preservação e revitalização do Centro Histórico de São Luis – PPRCH

Nos capítulos anteriores traçamos o histórico e a criação deste rico acervo arquitetônico, bem como, seu estado de conservação e os principais responsáveis por sua preservação. Porém, no decorrer desta história devemos um olhar mais profundo ao processo de construção e desenvolvimento do PPRCH- SL - Programa de Preservação e revitalização do Centro Histórico de São Luis, onde nasce definitivamente uma preocupação premente a revitalização deste sítio. Onde, vale ressaltar, que o programa está sem atuação, mas nos remete a tratar deste, por ser o precursor, a dar os primeiros passos de desenvolvimento e interesse em cuidar do centro histórico de São Luis. Em seguida tratamos de avaliar sob uma ótica atual, quem desenvolve este trabalho e quais as perspectivas futuras.

O mais extenso conjunto urbano e arquitetônico colonial da América Latina, São Luís é definitivamente um dos mais acabados exemplos da maneira de viver do Brasil dos séculos XVIII e XIX (Unesco, 2005). Apresenta-se, portanto, uma rara oportunidade de assegurar a salvaguarda e a preservação de seu valioso acervo cultural (as políticas de orientação para preservação do centro histórico de São Luís estão detalhadas no anexo 8). De início segue as componentes do Programa de Preservação, que foram divididas em duas categorias, a saber, componentes de atividades fins e de atividades meio, e em seguida as etapas do programa:

a) Atividades fins:

- Subprograma de Promoção Social e Habitação no Centro Histórico de São Luís;
- Subprograma de Restauração do Patrimônio Artístico e Arquitetônico;
- Subprograma de Recuperação da Infra-Estrutura e Serviços Públicos;
- Subprograma de Prédios Públicos no Centro Histórico;

- Subprograma de Incentivo às Atividades de Turismo Cultural;
- Subprograma de Revitalização das Atividades Portuárias;
- Subprograma de Recuperação do Patrimônio Ambiental Urbano;
- Subprograma de Recuperação da Arquitetura Industrial.

b) Atividades meio:

- Subprograma de Gerenciamento, Planejamento e Administração;
- Subprograma de Promoção de Parcerias e Captação de Investimentos e incentivos aos Empreendimentos Privados;
- Subprograma de Pesquisa e Documentação;
- Subprograma de Editoração e de Divulgação.

c) Etapas de Implementação do Programa

- PRIMEIRA ETAPA DE OBRAS – PERÍODO: 1980-1982;
- SEGUNDO ETAPA – 1983/1987 (ESTUDOS, PROJETOS E PESQUISAS);
- TERCEIRA ETAPA – 1987/1990 – PROJETO PRAIA GRANDE / REVIVER;
- QUARTA ETAPA – 1990/1994;
- PPRCH: ELENCO DE INTERVENÇÕES / QUINTA ETAPA: 1995-1999.

Uma Avaliação sobre duas décadas, 20 anos de 1978-1997, os principais projetos para o centro histórico em questão até sua inclusão como Patrimônio Mundial foram:

1) Na Zona Tombada Federal

- **Projeto PRAIA GRANDE / REVIVER (1979-89):** O texto base para elaboração deste programa foi constituído em 1980, e foi dividido em cinco etapas distintas, conforme descrito acima, obedecendo sempre ao conjunto de políticas de intervenção e preservação.

- **Projeto PRODETUR/MA (1993-99) – Infra-estrutura para Desenvolvimento do Turismo Cultural:**

- Implantação da Unidade Executora Estadual (unidade de gerenciamento, contratação de projetos de arquitetura e engenharia, controle, administração e coordenação executiva);
- Demais subprojetos.

- Projeto IPHAN / BID (1996-99) – Recuperação do Patrimônio Cultural Urbano

2) Na Zona Tombada Estadual

- Projeto MADRE DE DEUS (1997-99) - Contempla o bairro da Madre Deus e suas atividades culturais.

Alguns programas também foram criados pela extinta FUMTUR (Fundação Municipal de Turismo) criada em 1997 no centro histórico de São Luís e os programas criados pela Secretaria de Estado da Cultura conforme segue:

Quadro 5.1 – Programas FUMTUR e SETUR

FUMTUR – Fundação Municipal de Turismo	Secretaria de Estado da Cultura
Programa: Sensibilização turística Programa: Marketing Turístico Programa: Qualidade no Turismo Programa: Gestão Ambiental no Turismo	Área de Patrimônio Histórico, Artístico e Arqueológico – Restauração: - Manutenção e Conservação de Espaços Turísticos Culturais e Históricos - Restauração e Conservação de Bens Culturais Móveis e Imóveis - Capacitação em Educação Patrimonial - Pesquisas de Acervos Culturais - Estudos e Prospecção Arqueológica - Dinamização do Patrimônio Cultural
	Área de Difusão Cultural: - Tratamento do Acervo Bibliográfico - Edições Especiais - Fomento às atividades artístico-culturais - Plano Editorial - Plano Fonográfico - Atividades culturais nas áreas de artes cênicas, visuais, plásticas, literárias e musicais.
	Ações Museológicas

Fonte: Elaboração própria

Todavia, com as mudanças políticas ocorridas em 2002 a FUMTUR é reestruturada dando lugar a criação da SETUR – Secretaria de Turismo do Município que hoje contempla os seguintes projetos e ações que atingem também a área do centro Histórico e as demais no setor turístico da cidade: **Turismo Educativo; Trilhas Ecológicas**

Maracanã; Passeio Serenata; São Luís nas Férias; Centrais Informações Turísticas. ; Projeto São Luis Anfitriã; Projeto São Luis Ilha Reggae; Informantes Jovens; Turismo Empreendedor; Sinalização Turística; Barracão Cultural; Turismo Náutico.

Todavia, conforme informações relatadas pelo atual presidente do Núcleo Gestor do Centro Histórico (Sr. Aquiles Andrade) o PPRCH- SL está sem atuação, os projetos desenvolvidos atualmente no CHSL em função do turismo e do desenvolvimento da cultura são atualmente através dos programas do PRODETUR/NE II e financiados pelos BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento, com atuação do novo programa de Revitalização do Centro Histórico de São Luís desenvolvido pelo próprio Núcleo gestor. No item 5.4 este novo programa será tratado mais especificamente.

5. 4 - A Infra-estrutura e os Serviços Turísticos no Centro Histórico – O papel do Núcleo Gestor do Centro Histórico

Reconhecendo o extraordinário papel das atividades turísticas como fator de geração de emprego e renda, com reflexos evidentes na própria revitalização econômica da cidade e na preservação do acervo cultural faz-se necessário o incentivo às atividades do turismo Cultural, como forma de direcionar uma parte dos investimentos exclusivamente para o aproveitamento do potencial turístico do patrimônio arquitetônico.

O reconhecimento do valor econômico da Cultura e do patrimônio terá contribuído para o alargamento das iniciativas de reabilitação neste domínio. A importância cultural e a necessidade socioeconômica de reabilitação do Patrimônio Urbano têm ganhado uma adesão crescente, que têm sido acompanhadas pelo aumento das oportunidades de mercado para o desenvolvimento do Turismo Cultural. Ashworth e Tunbridge, 1990 afirmam que Cidades Históricas – Turísticas, diferem para o turismo; os usos turísticos e os locais são concebidos de forma integrada com esfera cultural e o Patrimônio Arquitetônico da cidade, onde os turistas se misturam com os residentes e trabalhadores, em vez de se restringirem os espaços limitados (Gonçalves, 2003).

Diante deste contexto e de todas as questões já abordados no decorrer de nosso trabalho é que a seguir traçamos as principais questões discutidas para a reabilitação do CHSL com as atuais intervenções do Núcleo Gestor.

- **Habitação:**

Diante da realização da quarta etapa (1990/1994) do Programa de Preservação e revitalização do Centro Histórico de São Luís – PPRCH encontra-se o Projeto Piloto Habitação, que completa restauração e adaptação de um sobrado do Centro Histórico que hoje abriga 10 famílias. No pavimento térreo foram criadas duas lojas comerciais para manter a tradição do uso misto residencial/comercial que vem desde o século passado. Esta solução contribui para melhorar as condições de manutenção do imóvel restaurado e cria um vínculo maior dos cidadãos com o espaço urbano.

Fora do âmbito do Núcleo Gestor, e complementando o programa estadual, foi estruturada uma parceria entre o Banco Caixa Econômica Federal, a Prefeitura de São Luís e o Governo Francês para incentivar a **moradia no Centro Histórico**. Foram selecionados seis imóveis inseridos na área de tombamento federal para um estudo de viabilidade, subdividido nas seguintes etapas: estudos de demanda de habitações no Centro Histórico; pesquisa de recursos; intervenções nos imóveis (projeto); relação com proprietários e ocupantes (situação jurídica).

O Programa de Habitação, se bem conduzido, deverá ensejar uma forte participação das comunidades residentes e visitantes no processo de preservação e revitalização do acervo do Centro Histórico de São Luís. O projeto destinado à habitação social deve conceder a famílias de baixa renda, moradia em condições decentes, próximas de seus trabalhos. Parece, cada vez mais, que é somente consolidando a vocação residencial do Centro que se pode esperar sua constante revitalização.

- **Oferta comercial**

É apenas no início da década de 90 com o término do Projeto Reviver que o Centro Histórico retoma suas atividades comerciais com força maior, porém com outro aspecto, a maior parte do comércio estabelecido neste momento passa a ser voltado ao turista ou visitante local, a área passa a ser zona de atrações de diversão, lazer e de “abastecimento” cultural.

Atualmente a oferta comercial relacionada diretamente com o turismo possui a seguinte configuração:

Quadro 5.2 – Oferta Comercial do Comercial do Centro Histórico

ÁREA - CENTRO HISTÓRICO	
Agências	19
Artesanatos	26
Bares/Lanchonete	15
Delegacias de Turismo	1
Eventos - Espaços para Eventos	1
Eventos - Buffet	2
Eventos - Empresa Organizadora	2
Hospedagem	22
Órgãos de Turismo	2
Restaurante	36
Sindicatos/Associação	6
Transportes – Marítimos	1
Turismo Superior	2
Turismo Técnico	1
Total	136

Fonte: Pesquisa Sebrae – MA, 2006.

Com base no relatório apresentado pelo Núcleo Gestor do Centro Histórico (2007) há ainda grandes dificuldades enfrentadas por parte do comércio mais simples desta zona e principalmente do que diz respeito à situação da feira da Praia Grande. *“A revitalização deste espaço público só terá êxito, se os órgãos públicos, os parceiros do Núcleo Gestor, juntamente com os feirantes, unirem-se em torno da proposta de nova gestão que a Feira da Praia Grande tanto precisa”.*

- **Qualidade do acolhimento turístico**

Um dos principais pontos que devem ser destacados quando referimos a oferta de hospedagem no Centro Histórico de São Luís é a pouca relevância que estes têm na oferta em geral. O fato de esta oferta ser pouco divulgada através das grandes operadoras do turismo nacional e internacional gera um índice muito pequeno na procura, onde podemos registrar que a maior parte dos turistas que se hospedam no Centro Histórico, possui um perfil diferente daqueles que visitam São Luís através de agências de viagens, pois são mais experientes e sabem bem o que querem conhecer, na grande maioria usam a Internet e estão sempre a buscar novos atrativos culturais, vive a cultura local e querem estar inseridos neste ambiente.

Com o fim de criar maior agilidade e propiciar soluções mais eficientes para as questões culturais e do turismo o Núcleo Gestor do Centro Histórico criou a comissão para tratar do

Calendário Cultural e Assuntos Turísticos formada pelos seguintes órgãos: Fundação Municipal de Cultura – FUNC, Fundação Municipal de Patrimônio Histórico – FUMPH, Secretaria Municipal de Turismo – SETUR, Secretaria de Estado da Cultura – SECMA, Secretaria de Estado do Turismo, Serviço Brasileiro de Apoio a Empresas – SEBRAE, Centro de Ensino Federal Tecnológico – CEFET, Universidade Federal do Maranhão – UFMA, União de Moradores do Centro Histórico de São Luís.

Todavia, para o Núcleo *“ficou evidente a necessidade de maior integração entre os órgãos envolvidos, através do Núcleo Gestor do Centro Histórico, sendo necessária uma maior e mais efetiva representatividade dos titulares pelos técnicos que participam das reuniões a fim de que as decisões tomadas e os compromissos assumidos sejam respaldados institucionalmente”*.

- **Acessibilidade e Serviços Urbanos**

Atualmente, a continuidade do Projeto Reviver e dos programas de Revitalização do centro histórico de São Luís, permite significativas mudanças em termos de acessibilidade e sinalização do trânsito, o espaço está melhor organizado e o que é mais importante, mais consciente da proteção e ordenamento do mesmo. Com as melhorias na infra-estrutura desta área, facilitou e contribuiu tanto para a população local, quanto aos visitantes, nas quais podemos citar: (i) a construção do Terminal Hidroviário do Centro Histórico - "Cais da Praia Grande"; (ii) Redes Subterrâneas de Energia Elétrica e Telefonia do Centro Histórico; (iii) reforma do terminal de autocarro da Praia Grande, e (iv) Sistema de abastecimento de água, coleta de esgotos, drenagem, ruas e calçadas do Centro Histórico.

Com o levantamento atual de dados do Núcleo Gestor e da comissão criada para este tema foi informado: *que ao longo das reuniões, realizados levantamentos e informações fornecidas pelos órgãos integrantes, e foram detectados alguns problemas cujas soluções estão sendo estudadas pela comissão, a seguir:*

- a) *Dificuldade por parte dos moradores e comerciantes em respeitar os horários estabelecidos para coleta do lixo, o que ocasiona uma permanência deste lixo mais tempo nas ruas do que o necessário prejudicando a imagem do centro;*
- b) *Péssimo acondicionamento deste lixo, facilitando a ação de animais e vândalos em espalhá-lo pelas ruas do centro;*

- c) O crescimento de vegetação nas coberturas dos casarões danificando sua estrutura e propiciando o desabamento nos períodos de chuva;*
- d) O calçamento danificado em muitas áreas do Centro dificultando a acessibilidade;*
- e) Equipamentos urbanos danificados ou inexistentes;*
- f) Programação visual precária.*

Assim para solucionar os principais problemas a comissão propôs inicialmente os seguintes programas:

- a) Programa de Limpeza no Centro;
- b) Programa de Educação Continuada;
- c) Programa de Erradicação de Vegetação das Coberturas;
- d) Programa de Normatização do Mobiliário Urbano;
- e) Projeto de Melhoria da Programação Visual;

Desta forma pode-se perceber que há uma grande preocupação nas questões urbanas do Centro Histórico.

- **Segurança**

A segurança do centro histórico é garantida tanto pelo Guarda Municipal, quanto da segurança pública do Estado. A Guarda Municipal de São Luís, criada pela Lei N.º 2.968 de 06 de Junho de 1989, destinada a proteger o Património Público Municipal e executar os serviços do Município na forma prevista em Lei.

A área do centro histórico já possui uma delegacia do turista, como em outras cidades brasileiras exclusivamente para este fim. Atualmente o Núcleo em parceria com diversos órgãos de segurança pública criou a **Operação Saturação** para o Centro Histórico que visa melhorar todas as questões que envolvem irregularidades nesta área e ou afetem de alguma forma a ordem pública.

A seguir relacionamos um quadro com os bens culturais listados pelo tombamento Federal, espaços culturais, galerias de arte e museus existentes na região do Centro Histórico.

Quadro 5.3 – Principais atrativos Culturais do Centro histórico

Bens culturais listados pelo tombados Federal	15
Espaços culturais	9
Galerias de Arte	5
Museus	6

Fonte: Elaboração própria a partir de Dossiê Unesco 2007.

O crescimento do Turismo associado ao patrimônio é também atribuído à crescente valorização do passado, à melhoria do acesso aos sítios patrimoniais e aos já referidos, níveis educação mais elevados (Wall e Timothy, 1997). As viagens a sítios patrimoniais privilegiam o patrimônio, os museus, os monumentos e os locais históricos (Fortuna, 1995).

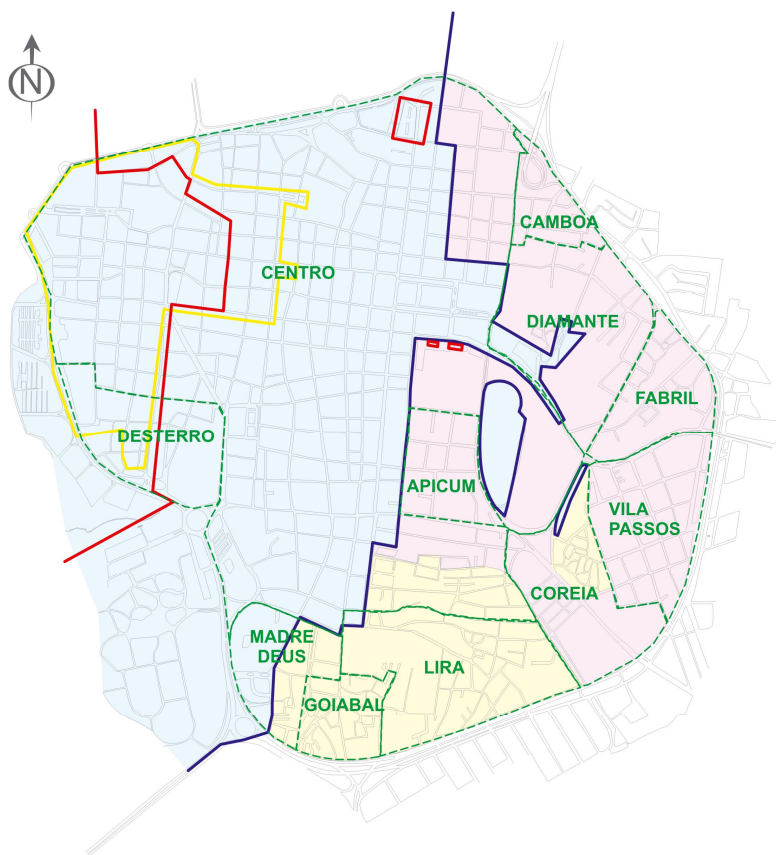
Experiências anteriores em cidades têm demonstrado que objetivos relacionados com Patrimônio Cultural serão mais facilmente alcançados se integrados com outros objetivos da comunidade, reconhece-se como um dos princípios chaves para a conservação do Patrimônio Cultural o envolvimento da população nos programas e opções a desenvolver em relação ao mesmo. Por outro lado, a redução do financiamento público pela administração central para o desenvolvimento econômico, social e de serviços, conduziu à constituição de parcerias como chave para revitalização urbanas (Squires, 1996), sobretudo para fazer face a uma variedade de problemas sociais.

Portanto, é neste aspecto que o Núcleo Gestor demonstra seu total interesse em compartilhar com todos os responsáveis, ações direcionadas à preservação e conservação da área urbana central de São Luís. Têm a Fundação Municipal de Patrimônio Histórico como responsável pela coordenação da instituição e por receber e articular o atendimento das demandas requeridas. Possui atualmente 22 membros e parceiros institucionais que discutem coletivamente os projetos a serem implantados nos sítios históricos e desenvolvem ações compartilhadas. Os objetivos do Núcleo são:

1. Integrar as ações municipais e potencializar os vínculos entre as instituições municipais, estaduais, federais, particulares, moradores, visitantes e usuários que atuam ou se relacionam na dinâmica urbana do Centro Histórico de São Luis;
2. Organizar a oferta de serviços públicos municipais ao Centro Histórico e atuar na resolução dos problemas imediatos da área (limpeza, programação cultural, comércio informal, tráfego e estacionamento, segurança pública, infra-estrutura e temas afins);
3. Propor atividades e projetos que dinamizem a micro economia e que confirmem sustentabilidade aos padrões de produção e consumo no sítio histórico (coleta seletiva, reciclagem, educação patrimonial e cursos de capacitação);
4. Disponibilizar técnicos das diferentes áreas de atuação municipal para atendimento e orientação de visitantes, usuários, moradores e proprietários de imóveis, interessados na isenção de IPTU concedida para a área;
5. Reunir em um só local, informações disponíveis sobre o Centro Histórico, atendendo a investidores, pesquisadores, estudantes e a comunidade em geral.

O núcleo atua em diversas ações, todas em parceria, como comentado acima. Atualmente as atenções estão voltadas ao Programa de Revitalização do Centro Histórico que contempla todos os 11 bairros da região central de São Luis, com os seguintes objetivos:

- Propiciar a melhoria da realidade sócio-ambiental do Centro Histórico de São Luís;
- Buscar a melhoria da qualidade de vida da comunidade residente, promovendo a inserção social e a geração de oportunidades de emprego e renda;
- Incentivar o ingresso de novos moradores, a implantação de serviços e comércios;
- Promover a articulação da comunidade como principal agente de preservação do patrimônio cultural.

Figura 5.8 – Mapa da atual divisão por bairros no Centro histórico de São Luís

Fonte: Programa de preservação e revitalização do centro Histórico de São Luís

Em todas as pesquisas levantadas a respeito do Núcleo Gestor do Centro Histórico percebeu-se o total interesse em compartilhar com todos os agentes responsáveis (público e privado) na atuação desta zona da cidade ações que visem melhorar o potencial social e econômico para todos. Demonstradas as ações e intenções desta instituição, a seguir, tratamos em abordar os resultados obtidos na entrevista e nos questionários.

5.5 – Análise dos dados coletados

Nessa etapa serão mostrados os resultados obtidos na pesquisa de campo. Também será fundamental para conclusão de nossa pesquisa apontar possíveis soluções ou estratégias que venham ajudar a garantir um futuro promissor no Centro Histórico de São Luís, através do Turismo, Cultura e do Patrimônio. Essa investigação permitiu-nos conhecer o retrato atual desta zona e principalmente de que forma vem sendo organizada.

Realizada a primeira etapa da pesquisa de campo (que tinha como objetivo levantar os aspectos oferecidos pelo lado da oferta estrutural do Centro Histórico de São Luís) constatou-se que área abriga usos diversificados. Da relação de uso dos imóveis pertencentes a esta zona, destaca-se, “do total 885 imóveis, 627 estão ocupados, o que representa em termos percentuais 70,85%. Aproximadamente 29,15% estão em condição de “sem uso” (28, 25%) ou “sem edificação” (0,90%), o que perfaz um total de 258 imóveis fechados (250) ou em ruínas (8)” (Marques, 2002 p.p.62).

Quadro 5.4 – Usos atuais do Centro histórico de São Luis

USOS		
TIPOS	IMÓVEIS	%
COMÉRCIO	189	21,36
SERVIÇOS	123	13,90
INSTITUCIONAL	83	9,38
RESIDENCIA UNIFAMILIAR	171	19,32
RES. MULTIFAMILIAR	9	1,02
RESIDÊNCIA MISTA	37	4,18
SEM USO	250	28,25
PRAÇA	15	1,69
SEM EDIFICAÇÃO	8	0,90
TOTAL	885	

Fonte: Marques, 2002.

Ressaltando que estes dados compõem apenas a área contida na porção maior do Centro Histórico de São Luis que foi reconhecida pelo Unesco como patrimônio Histórico da Humanidade, pois toda área contempla os 11 bairros como citado acima no relato do Núcleo Gestor do Centro Histórico.

A análise e avaliação do estudo proposto deram-se basicamente através de três etapas, mas vale ressaltar da necessidade de criação de outras técnicas de pesquisa para a aplicação na conservação de sítios históricos.

Etapa 1 – Analisar a oferta estrutural do Centro Histórico de São Luís.

Etapa 2 – Analisar como se comporta os principais agentes envolvidos no processo de gestão (público e privada) da área em estudo.

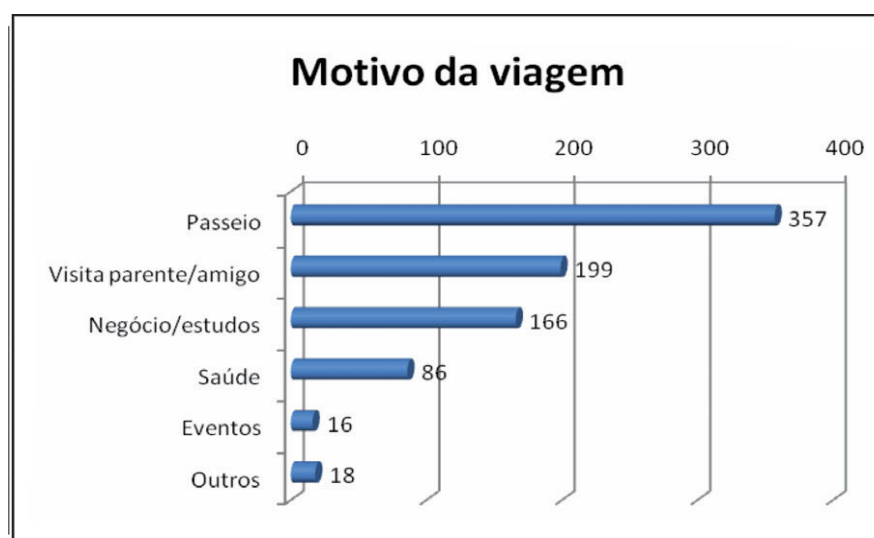
Etapa 3 – Analisar estratégias capazes de compatibilizar o uso da oferta existente com o turismo, a cultura e patrimônio possibilitando a revitalização da área do Centro Histórico de São Luis.

Como resultado da etapa 1 da pesquisa, com a criação do diagnóstico, nos possibilitou conhecer como os usos estão distribuídos na área do CH, e assim, estabelecer a sua vocação atual. Como mostra o quadro 5.4 (no quadro 5.2 a oferta comercial detalhada para o turismo) as funções do comércio e serviços destacam-se, demonstrando a sua forte capacidade em atender as principais necessidades da oferta sejam elas turísticas ou não, como também foi apontado anteriormente dos atrativos culturais (galerias de artes, museus, espaços culturais) que fazem usos das edificações da área do C.H.

Ainda, como retrato da situação atual, pode ser descrito através do levantamento das pesquisas de alta e baixa temporada realizada pelos órgãos do governo no último ano (Fonte: Pesquisa de Demanda Turística Alta Temporada - Secretaria de Turismo do Estado do Maranhão, Sebrae -Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e Secretaria de Turismo do Município) os principais motivos e fatores decisórios da viagem.

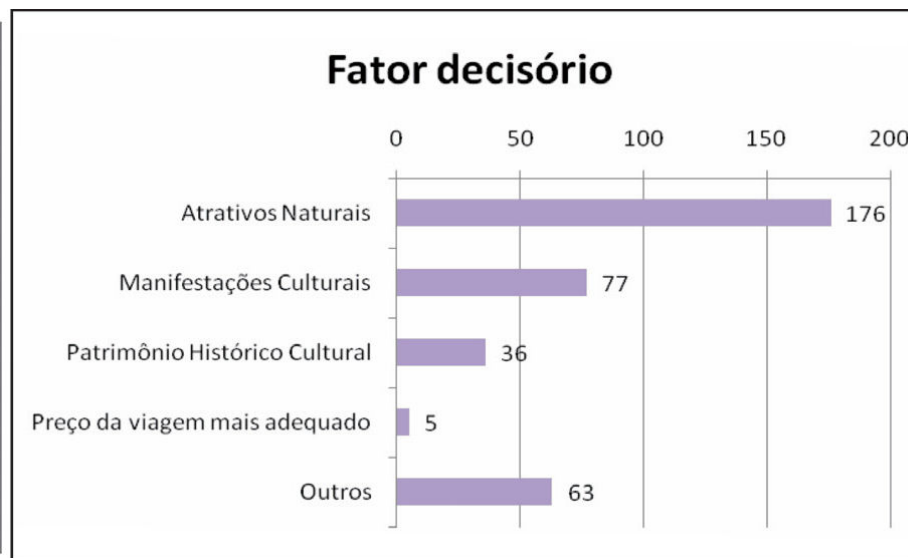
Os gráficos abaixo mostram na pesquisa de alta temporada, que ainda prevalece o ‘motivo’ a passeio e como ‘fator decisório’ os atrativos naturais, e apenas em seguida as questões culturais e patrimoniais.

Figuras 5.9 – Motivo das viagens realizadas pelos turistas que vistam São Luís



Fonte: Pesquisa alta temporada, 2007 – Governo do Estado do Maranhão

Figuras 5.10 – Motivo e Fator decisório das viagens realizadas pelos turistas que visitam São Luís



Fonte: Pesquisa alta temporada, 2007 – Governo do Estado do Maranhão

Quanto ao grau de satisfação, na avaliação dos atrativos turísticos do C.H. os últimos dados levantados apontam como **bom**, conforme quadro a seguir, e mais uma vez nos remete a reafirmar o grande potencial que essa área oferece.

Quadro 5.5 – Avaliação dos atrativos turísticos: Patrimônio histórico/cultural

Patrimônio Histórico/cultural	Respostas	%
Ótimo	287	34,96%
Bom	395	48,11%
Regular	46	5,60%
Ruim	4	0,49%
Péssimo	1	0,12%
Não se aplica	88	10,72%
Total	821	100,00%

Fonte: SEDETUR – Secretaria de Estado Extraordinária para o Desenvolvimento do Turismo do Maranhão⁵¹

⁵¹ Esta pesquisa foi aplicada no município de São Luís (MA) com o objetivo de traçar o perfil do turismo receptivo (chegada de turistas nacionais ou estrangeiros) na baixa estação. Realizada por meio de questionários aplicados no aeroporto, estação rodoviária, ferroviária e hidroviária para levantar as seguintes informações sobre o turista.

No decorrer deste capítulo apontamos várias características relevantes que fazem do centro Histórico de São Luís do Maranhão rico em diversidade cultural e patrimonial, dando oportunidade única de desenvolvimento tanto para a comunidade local como para o turismo.

Portanto, a conclusão a que se chega neste primeiro momento, e respondendo as primeiras questões lançadas como hipóteses de nossa pesquisa (Qual oferta turística existente no Centro Histórico de São Luis? Existe potencial para desenvolver uma oferta através da cultura? Qual o perfil do turista que frequenta esta área?), demonstram que existem **sim**, uma boa oportunidade de oferta já existente e com imenso potencial de expansão, e que o perfil dos turistas que frequentam e vêm a São Luís em busca de atrativos culturais já avaliam um bom grau de satisfação, apesar de demonstrarem principal interesse pelos atrativos naturais que a cidade oferece. Daí a necessidade de considerar uma forte intervenção na gestão e no planejamento desta zona. Sugerimos, portanto, a criação de um plano diretor específico para esta área, dado a suas características únicas.

5.5.1 – Análise da Gestão do Centro Histórico

Após o levantarmos o quadro atual da estrutura da oferta do C.H. partimos para análise de sua gestão (etapa 2 da pesquisa), como tratamos de esclarecer na metodologia, baseou-se no estudo realizado através das informações obtidas no Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis (órgão que atualmente contempla a função de mediador entre todas as instituições e agentes ligados ao C. H.). No item 5.3.3 foram demonstradas as intervenções do núcleo realizadas nas principais funções do Centro Histórico, cabem-nos neste momento, analisar como estas ações são desenvolvidas, e o seu grau de parceria com o Núcleo e os demais parceiros envolvidos.

Para o Núcleo, as ações desenvolvidas fortalecem e aperfeiçoam as políticas de conservação e preservação do patrimônio histórico, na medida em que reforçam ou estabelecem laços de parceria entre as instituições e atores sociais preocupados com o tema, bem como, tem se empenhado em encaminhar e propor soluções para todas as demandas recebidas, no sentido de melhor atender e dialogar com os moradores, comerciantes, empresários e aqueles que frequentam e visitam o Centro Histórico.

A implantação do Programa de revitalização do Centro Histórico, elaborado pelo Núcleo (ver item 5.3.3 das intervenções), “têm alcançado seus objetivos de melhorar a qualidade dos espaços públicos, a acessibilidade e mobilidade no centro, a recuperação de prédios para habitação e equipamentos culturais, a qualificação de mão-de-obra e oportunidades de trabalho e renda para a população local e a melhoria dos serviços de limpeza pública e iluminação”.

Apesar das fortes intervenções do Núcleo em intermediar uma gestão participativa onde todos se beneficiem, percebeu-se em vários momentos, quando na participação das reuniões, que ainda há por parte de alguns agentes, a mentalidade apenas do benefício próprio, o que certa feita, transformava as reuniões em palco de reclamações ou de “lavagem de roupa suja” entre os participantes, dificultando o trabalho do Núcleo. Ainda sim, há de se comemorar os primeiros resultados obtidos e força que tem ensejado a participação deste órgão interventor e mediador em função da melhoria do Centro Histórico, outrora degradado e esquecido das políticas não atuantes.

Os resultados obtidos após as várias visitas ao Núcleo Gestor e na oportunidade da entrevista direta ao presidente deste, permitiram-no o maior entendimento das atividades desenvolvidas e qual o grau de parceria existente entre o Núcleo e os demais agentes envolvidos. Esta análise levou-nos a um olhar mais profundo das dificuldades que hoje este imenso acervo cultural e patrimonial revela. Pois, apesar das intervenções e das melhorias que vem ocorrendo ao longo destes anos, ainda estamos longe de alcançar uma mentalidade de gestão e planejamento que revele todo o potencial que este centro possui, seja através do turismo, da cultura ou do patrimônio. Como afirma diante de nossa entrevista, o próprio presidente do Núcleo, “que esta área ainda não está preparada para ser alavancada através apenas do turismo ou da cultura, pois muitos problemas de base ainda devem ser solucionados”.

Como funcionam as parcerias do Núcleo Gestor com os demais órgãos e empresas do setor turístico no Centro Histórico? (público e privado)

“As parcerias são fundamentais e devidamente participativas, hoje conta com 14 membros de secretarias e 22 parceiros institucionais (público e privados), dentre estas pode contar às instituições que estão diretamente ligadas ao turismo. Porém, todos os nossos parceiros possuem o mesmo grau de importância, as ações desenvolvidas para o turismo apesar de conscientes do aproveitamento deste setor e gerido de igual forma as outras necessidades”.

Quanto ao entendimento entre os parceiros (públicos e privados), como citado anteriormente de algumas dificuldades pelo grau de necessidades que todos possuem, diante de nossa entrevista atestamos a necessidade de maior incentivo não apenas por parte do Núcleo, mas do governo enquanto da melhoria da infra-estrutura publica como é o exemplo da questão da segurança.

Qual o grau de entendimento entre as parcerias pública e privada para melhorar a qualidade da oferta turística do Centro Histórico?

“Não apenas melhorar a qualidade da oferta turística, mas juntamente com as parcerias objetiva-se melhorar o Centro Histórico como um todo, em todas as suas funções. Quinzenalmente todos os responsáveis por seus órgãos se reúnem no Núcleo para discutir as questões do interesse de todos”.

Quando nos referimos aos incentivos financeiros para melhoria da área ou apoio a cultura, seja pelos órgãos públicos e/ou privados, percebemos que todas de alguma forma visam o turismo como potencial econômico, o que nos faz pensar que já há uma visão por parte destes, que este setor pode vir a contribuir significativamente para a melhoria desta zona. Como podemos ver abaixo o principal órgão financiador faz parte de um programa de desenvolvimento para o turismo (Prodetur – NE).

Que intervenções privadas têm existido no domínio do patrimônio histórico?

“As intervenções privadas geralmente ocorrem quando do patrocínio de algum programa realizado dentro desta zona, grandes empresas como: Vale do Rio Doce e ALUMAR, sempre mostram seu interesse em participar. Outra forma de intervenção seria da aquisição de imóveis tanto de caráter comercial como residencial, uma tendência percebida é a aquisição por estrangeiros”.

Que programas (financiamento interno e externo) para a reabilitação, salvaguarda e restauro do patrimônio estão a ser utilizados?

“Todos os recursos disponíveis hoje são provenientes do BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento. Porém, não é o núcleo que recebe o apoio direto e sim as próprias secretarias responsáveis, como por exemplo, a secretaria municipal de turismo”.

Que intervenções estão previstas sobre o patrimônio histórico e em que prazo?

“Todas as ações que estão diretamente ligadas ao PRODETUR-NE II Programa de Desenvolvimento do turismo no Nordeste II”.

Por fim, da valorização do patrimonial cultural, destacou-se o forte grau de importância que é dado, das perspectivas de desenvolvimento através deste setor.

Que medidas são hoje levadas a cabo para a valorização do patrimônio cultural com vista à atração de turistas?

“Todas as medidas desenvolvidas pela Secretaria de Turismo são apoiadas e auxiliadas pelo Núcleo quando necessário”.

Que fatores podem condicionar a experiência de visita do patrimônio cultural pelo turista?

“Desde a forma correta de divulgação até as questões de infra-estrutura, segurança e limpeza que a área disponibiliza para o turista”.

Em suma, essa etapa, tanto na realização da entrevista como das visitas ao núcleo, nos remete que, todos têm interesse em colaborar com o processo de revitalização, mas muitos problemas ainda devem ser solucionados por estarmos situado numa região carente política e economicamente, e ainda atrasada em questões educacionais.

Ressaltamos que todas as questões aqui abordadas, fazem parte de um conjunto de informações obtidas no contato tanto com os agentes do núcleo como dos parceiros que ali se faziam presente, como parte do processo da metodologia que optamos em estudar apenas o núcleo como centro da relação. Porém, muitos temas existem a serem pesquisados, cada parte, cada função, cada setor ali representado, cada papel desempenhado, pode ser alvo de uma rica pesquisa.

Quem são hoje os interessados no processo de revitalização da área do centro histórico?

“Todos demonstram muito interesse”, mas ainda falta maior entendimento entre as partes para que trabalhem em completa sintonia, atualmente este é o principal papel do Núcleo, desenvolver a parceria e o entendimento entre todos os envolvidos e interessados em revitalizar esta área da cidade. “Apesar das freqüentes reuniões, muitas vezes, o Núcleo assume um papel delicado, pois muitos ainda agem na tentativa de defender seus próprios interesses”.

Quadro 5.6 – Parceiros Institucionais do Núcleo Gestor do Centro Histórico

<ul style="list-style-type: none"> - Fundação Municipal de Patrimônio Histórico – FUMP - Fundação Municipal de Cultura – FUNC - Instituto da Paisagem Urbana – IMPUR - Instituto da Pesquisa e Planificação da Cidade – IPPC - Secretaria Municipal de Educação – SEMED - Secretaria Municipal de Urbanismo - Secretaria Municipal de Transporte Urbano – SEMTUR - Secretaria Municipal de Obras Públicas – SEMOSP - Polícia Militar 	<ul style="list-style-type: none"> - Secretaria Municipal de Terras, Habitação, e Fiscalização urbana – SEMTHURB - União dos Moradores do centro Histórico - Departamento de Patrimônio Histórico, Artístico e Paisagístico - Secretaria de Estado do Turismo - Corpo de Bombeiros e Defesa Civil - Delegacia do Turista - CREA – Conselho Regional de Engenharia e Arquitetura - Universidade Federal do Maranhão - Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas
---	--

Fonte: Elaboração Própria

Uma vez apresentados aqueles elementos secundários que se determinaram fundamentais para a presente análise empírica, complementados pelos elementos relevantes da entrevista para a mesma análise, procede-se à avaliação dos resultados do questionário padronizado referente ao grau de entendimento dos parceiros hoje atuante no centro histórico (quadro 5.3).

5.5.2 – Análise do questionário padronizado

O terceiro conjunto de resultados refere-se ao grau de importância da intervenção por meio do turismo atrelado a cultura e o patrimônio como oportunidade de recriar um ambiente dinâmico, capaz de revitalizar e trazer funções mais adequadas à comunidade local e ao turismo. Desta forma, levantou-se através do questionário que o patrimônio Histórico e cultural do centro histórico poderá **SIM** constituir-se como principal produto da oferta turística de São Luís, uma vez que, atualmente o conjunto de atrativos naturais está à frente. Portanto, ao serem questionados quanto ao grau de importância atribuído aos recursos culturais e patrimoniais para a afirmação do turismo no centro Histórico (numa escala 1-nada importante, 3- nem muito, nem pouco, 5 – muito importante), foi em larga escala definido como ‘muito importante’.

Os 'núcleos históricos' evidenciaram-se, como a área-chave de desenvolvimento do Patrimônio Cultural (apesar de não avaliarmos a temporalidade), pois há muito já se tenta tornar isso uma realidade. O 'Patrimônio Religioso' também permaneceu entre as principais áreas apontadas, surgindo também no questionário com o mesmo reconhecimento que os 'outros monumentos históricos e edifícios de interesse arquitetônico' e as 'feiras e festas populares'. As 'bibliotecas/arquivos', o 'cinema', as 'artes plásticas' e as 'literárias', não foram opção para nenhum dos inquiridos ao longo da aplicação do questionário, pelo que, não lhe reconhecem grande potencial de desenvolvimento.

A definição estratégica conjunta de políticas setoriais é uma das questões de maior consenso ao reunir todas as observações na resposta afirmativa. A avaliação da importância reconhecida a essa definição estratégica conjunta de políticas setoriais para uma oferta de 'Patrimônio Cultural' pelo Turismo revelou-se como um fator reconhecidamente muito importante para os inquiridos. Entre os objetivos mais prementes apontados para uma política e estratégia conjuntas que vise o desenvolvimento do produto 'Patrimônio Cultural' para o turista nestas cidades, evidenciam-se como fundamentais: a elaboração de um plano de marketing; a elaboração de um plano de investimento e dos mercados e segmentos-alvo do patrimônio cultural.

A importância atribuída aos maiores incentivos econômicos e fiscais para a reabilitação e valorização do Patrimônio Cultural no Centro Histórico de São Luís assumiu um elevado consenso em relação à sua relevância de 'muito importante'.

Os principais impactos negativos que podem resultar da utilização do Patrimônio Cultural pelo Turismo são: o congestionamento dos equipamentos culturais e patrimoniais; a descaracterização desse Patrimônio e a perda e alteração de valores e hábitos culturais. Quanto aos benefícios econômicos e sociais para a comunidade local, os mais apontados são: a melhor qualidade de vida dos habitantes; mais oportunidade de negócios e a reabilitação do patrimônio degradado. Reconhecem-se assim, efeitos positivos do Patrimônio Cultural sobre a qualidade de vida dos cidadãos, e sobre o ambiente urbano em geral.

É do consenso geral que o Turismo com base nos recursos culturais e patrimoniais se constitui como uma forma de democratização cultural junto da população, proporcionando à comunidade local um maior acesso à Cultura. Assim como, o envolvimento da comunidade local numa gestão integrada do Patrimônio é considerado um fator muito importante.

A fim de conhecermos o posicionamento das questões do patrimônio cultural como produto turístico, foi sugerido algumas informações, que resultaram do consenso geral que: ‘acresce apelo e qualidade ao destino turístico’; aumenta o valor e a satisfação da visita para o turista; ‘é um gerador de fluxos turísticos fora da época alta’. Já na relação entre os diferentes ministérios, do turismo e da cultura, os inquiridos afirmaram que **SIM**, influi no tipo de ligação que estabelecem. Reafirmando a importância da integração com um só fim, de uma gestão participativa. Todavia, constata-se que os inquiridos privilegiam a constituição de parcerias-chave entre o sector público e privado (da Cultura e do Turismo), em vez de uma estrutura que agrupe os vários organismos, numa tentativa de facilitar o relacionamento entre estes.

E quem deve participar nessa estrutura, conclui-se que são: órgãos do poder local e regional (sector público), bem como os ministérios, percebeu-se também a relevância da participação privada quando das respostas de ‘empresários locais’ e associações empresarias.

As intervenções de requalificação urbana a realizar parecem constituir um elemento reconhecidamente importante com vista à atração de turistas para ambas as cidades, registrando valores finais médios muito semelhantes e próximos do ‘muito importante’. Quanto à reabilitação dos centros históricos reconhecem-lhes um grau de importância equivalente.

Em relação às questões de mercado/procura, estabeleceu-se como objetivo principal verificar a percepção e grau de conhecimento dos agentes da oferta face aos seus ‘clientes’. Ao citarmos a ‘origem’ o maior grau de importância foi ao mercado nacional; para os ‘tipos de programação’ tanto individuais como excursão demonstraram alto grau de importância; para a ‘motivação’, o setor educacional sem dúvida foi o mais relevante; e finalmente para a ‘duração da estada’ variou entre curta e média, dados estes que

também já foram levantados pelos organismos responsáveis do turismo em pesquisa de demanda, que já apontam este média.

Verifica-se alguma dificuldade por parte dos inquiridos em definir o perfil dos participantes no Turismo Cultural e Patrimonial, pois as pesquisas apontam principalmente ao turismo de lazer, como o mostra a figura 5.1 o fator decisório ainda prevalece os atrativos naturais, seguido das manifestações culturais e somente depois o patrimônio histórico e cultural. Lembrando que, nosso centro histórico é patrimônio mundial da humanidade.

E finalmente quando questionados como o centro histórico de São Luis poderá vir a ser o principal produto turístico da cidade, em ordem crescente, da criação de estruturas conjuntas, que agrupem o setor cultural e o turismo, seguido da reabilitação urbana do patrimônio cultural degradado. E foram unânimes quanto a afirmação que o 'patrimônio cultural' tem fortes perspectivas de ser usado por um número cada vez mais de turistas.

Todas as questões abordadas e na leitura dos resultados dos questionários apontam numa única direção, do forte potencial da oferta que este centro possui, e que se bem estruturado, com uma atuação política eficiente e em parceria com o setor privado e todos os agentes integrados, o resultado com certeza será crescente.

5.5 – Conclusão do Capítulo

O conceito de Patrimônio Cultural tem evoluído ao longo do tempo, em meio à acessibilidade de informações dos mais variados sectores, decorrentes do processo de mundialização da cultura devido à tecnologia, tem proporcionado novas buscas de experiências, no qual destacamos o Patrimônio Cultural como forma representativa. A atividade turística surge como uma forma de afirmação e valorização cultural e através dela a preocupação de se manter certa identidade local ou regional.

Foi considerada a importância do Patrimônio e da cultura como fator propiciador do turismo em Centros Históricos e pode-se observar que São Luís possui características próprias que serve como primeiro passo para o desenvolvimento do turismo, a riqueza de recursos que o Centro Histórico oferece face ao interesse do turista que busca participar da cultura em todos os seus níveis, seja num momento, museu, gastronomia ou eventos.

Porém, verificamos que a oferta deve estar bem estruturada apoiada a um plano bem desenvolvido, a fim de evitar os impactos negativos tanto para o Patrimônio quanto para a cultura local. Incluímos a importância das orientações políticas e a formação de parcerias tanto do sector público quanto privado, é extremamente importante à participação dos Governos face ao desenvolvimento, preservação e conservação destas áreas.

A conservação e a preservação do patrimônio histórico vêm sendo discutidas sob todos os aspectos. Essas preocupações também se associam aos princípios do desenvolvimento sustentável, o qual busca preservar com qualidade os recursos atuais para que se possa usufruir no futuro, sob as mesmas condições. Mas intervenções sem um prévio planejamento correm o risco de não alcançar os objetivos propostos. Isso pode ocorrer no Centro Histórico de São Luis, o que seria atualmente prejudicial para o patrimônio Cultural da Humanidade.

A questão da conservação do patrimônio histórico é uma preocupação constante para todos os envolvidos com o centro histórico de São Luís. Contudo, ainda não se encontrou uma fórmula ou estratégia que possa ser utilizado e garantisse o sucesso em qualquer situação. Portanto, até o momento, utiliza-se o bom senso e busca-se em experiências de outras cidades o que de bom e proveitoso se conseguiu adaptando essas intervenções ao contexto de São Luis (Marques, 2002). As intervenções no centro histórico têm tido bastante êxito em possibilitar, o uso residencial, os atrativos culturais, as reabilitações de casarões e sobrados, o uso comercial. Como uma das análises realizadas nesta investigação, percebe-se principalmente que a comunidade residente nesta área sente necessidade de mais atividades, que melhorariam as suas condições de vida, e consecutivamente melhoraria a hospitalidade dos turistas.

Uma das principais falhas cometidas na administração pública e pelos envolvidos no processo de conservação é a falta de acompanhamento das intervenções já realizadas, que permitiria detectar os problemas já ocorridos. O processo de acompanhamento possibilitaria melhorar a falha ocorrida e prevenir as falhas em intervenções futuras e assim dar continuidade a este processo.

Conclusão

O patrimônio resulta, em primeiro lugar, de um processo de reconhecimento e seleção de determinados referentes, projetando-se e encontrando a sua justificação numa valorização que remete para o seu caráter simbólico, isto é, para a sua necessidade de preservação em virtude do significado que encerra para o coletivo, bem como para a sua rentabilidade social, ou seja, a sua utilidade e funcionalidade no plano social e econômico. Assim, para além da sua ligação com passado histórico, o patrimônio funciona como uma ferramenta de formação identitária, um instrumento de afirmação e legitimação de grupos sociais e, ainda, como estratégia para a captação de recursos.

A discussão do Patrimônio Cultural associado ao Turismo parte de um campo que se encontra ainda por explorar e envolve dificuldades resultantes da interdisciplinaridade de áreas onde essa tradição está pouco desenvolvida. Existem muitas informações a respeito da importância da cultura e do patrimônio e como estes podem trazer benefícios aos núcleos de cidades. Então os principais conceitos foram abordados afim de perceber a relação entre o turismo, a cultura e o patrimônio (cap. 1). Portanto, a proteção do patrimônio cultural e, especificamente, dos núcleos urbanos preservados ultrapassam os limites da história e da memória, alcançam a sociedade e passam a cumprir um papel econômico e social. Entende-se, assim, que tanto a compreensão do significado da preservação do patrimônio cultural quanto o comprometimento com a introdução do turismo como setor econômico devam ser encarados dentro de um contexto ampliado, com a participação e envolvimento efetivos de todos os atores urbanos (Rocha, 2006:18).

Na abordagem das tendências globais e as mudanças ocorridas nos últimos anos verificou-se uma perspectiva futura, através de estudiosos do turismo e dos principais órgãos envolvidos, alcançando desta forma uma previsão e visão das transformações do turismo. Como também, identificar em termos quantitativos as tendências do turismo a nível internacional e nacional (pontos 2.2.1 e 2.2.2), e finalmente uma abordagem do panorama do turismo no Maranhão (no ponto 2.2.3). Já às tendências do turismo cultural, o perfil e motivações deste 'novo' turista cultural (2.3 e 2.4), percebe-se a problemática existente desde a sua definição, como os benefícios que pode gerar, até a ampla abordagem de segmentação do turista cultural. Numa visão de futuro entendemos também o que se espera deste novo consumidor de cultura.

A existência de um plano que balize e oriente a ação governamental e dos agentes privados é uma condição necessária para a desconcentração geográfica e temporal dos fluxos turísticos, para a preservação do patrimônio turístico (natural e cultural), para a maximização dos benefícios econômicos e sociais do Estado e para viabilizar a exploração de novos segmentos do mercado (cap. 3). A tarefa do planejamento só será eficiente, na medida em que integrar na sua implementação, a soma dos setores envolvidos no processo: Estado, Municípios e comunidade. Ao mesmo tempo, o planejamento turístico, deve formar parte da estratégia global de planejamento estadual, integrando-se com os outros setores que planificam o seu desenvolvimento sócio-econômico, desenvolvimento este, que procura o aproveitamento racional do potencial natural e cultural do Estado, a preservação ambiental, com o objetivo de melhoria da qualidade de vida da população e uma distribuição mais equilibrada dos benefícios.

Também a promoção de novos potenciais de desenvolvimento, face ao processo atual de globalização da economia mundial, requer medidas estratégicas nas relações que se estabelecem entre os agentes económicos (públicos e privados). Da mesma forma, transparece a necessidade de existirem formas de avaliação e controlo das iniciativas levadas a cabo, pois é muitas vezes desconhecido o verdadeiro impacte das acções concretizadas, dificultando propostas futuras para novas medidas.

Há que se promover uma estratégia coerente e explícita do desenvolvimento turístico que se pretende, que ultrapasse a mera tentativa de reduzir os efeitos negativos induzidos pelo Turismo. A dimensão cultural do Turismo pode ser muito positiva para a regeneração urbana e desenvolvimento económico das cidades. Por sua vez, o desenvolvimento de um planejamento estratégico integrado permite que se evitem os desequilíbrios no território, bem como, possibilita a maior complementaridade de actividades. As ações de acompanhamento são fundamentais para controlar os impactes e regular os fluxos, pelo que, será fundamental dispor de indicadores que permitam verificar a existência de mudanças e medir a capacidade de carga dos espaços.

Para abordagem metodológica (cap. 4), o ‘estudo de caso’ se apresentou como um método de análise adequado porque permitiu verificar que apesar de existirem fatores motivacionais que tendem ao turismo natural em nosso Estado, os resultados a que se chegam revelam as fortes oportunidades de alavancar o setor cultural e patrimonial. Apesar de algumas sugestões serem específicas da realidade apresentada, outras

poderão ser generalizadas a outros locais que se encontrem em fase de desenvolvimento similar.

Um passo fundamental apontado para a comercialização do produto Patrimônio Cultural consiste na definição de uma política integrada, assim, surgiu a oportunidade da criação do Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis, onde todos possam compartilhar responsabilidades e benefícios, porém, antes há que organizar toda oferta, para que depois se proceda à sua divulgação. Entre as formas conjuntas de estratégias, pode-se oferecer, estudo de estratégias de distribuição do produto; estratégias de dinamização conjuntas que estimulem e incentivem a produção, e a criação artística contemporânea; criação de infra-estruturas de índole regional; iniciativas conjuntas de valorização do Patrimônio Histórico e Artístico; parcerias que possibilitem maior aproveitamento comercial do Patrimônio Cultural através de formas aceitáveis de enriquecimento da visita e que integrem os organizadores de visitas programadas; criação e divulgação de roteiros turísticos junto dos operadores turísticos; outras produções para o Turismo.

Para o Núcleo Gestor as principais formas e áreas de atuação hoje no Centro Histórico são:

Formas de atuação	Áreas de atuação
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar trabalhos de adaptação, reforma e restauro compatíveis com a manutenção da população local, atraindo novos moradores e empreendimentos; • Ativar a economia local, gerando oportunidades de emprego, pequenos negócios, acesso ao crédito para obras de reabilitação do patrimônio construído; • Desburocratizar os procedimentos de preservação; • Resgatar e registrar as manifestações culturais e religiosas locais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorias físicas e de infra-estrutura urbana; • Equipamentos urbanos • Promoção de Atividades Econômicas; • Capacitação e formação de mão-de-obra; • Dinamização cultural; • Educação patrimonial.

Contudo, tanto na observação do diagnóstico, quanto da entrevista e condução dos questionários aos agentes envolvidos, identificaram-se possíveis ocorrências futuras que terão impactos sobre o desenvolvimento e planejamento do Turismo, e em

especial, do Patrimônio Cultural como produto turístico. Mas permeia as questões, se conservar apenas para manter, ou se desenvolver para continuar existindo. Essa problemática não cabe apenas ao centro histórico de São Luis, mas todos aqueles envolvidos com a proposta de desenvolver conservando seu patrimônio histórico. O centro Histórico de São Luis, vem ao longo do tempo lutando em reverter um quadro de degradação e perda de identidade, uma constante ameaça a sustentabilidade deste sítio. Como um dos resultados deste estudo, verifica o forte esvaziamento por parte da população, deixando muitos imóveis sem usos ou até mesmo abandonados.

Resta-nos incentivar a criação de um plano adequado, que reforce todos os usos e funções desta parte da cidade, com uma gestão participativa a todos, fazendo com que eles se consolidem, além de assegurar que as intervenções tragam novas atividades para este centro histórico com uma perspectiva de também dar condições favoráveis a população residente nesta zona. E claro, respeitando todas as características existentes.

Finalmente, pode-se concluir com esta investigação que:

- a) A oferta turística existente possui um forte potencial de desenvolvimento através da Cultura e do patrimônio.
- b) O perfil do turista que já frequenta esta área possui grande interesse em visitar a área do patrimônio e conhecer a cultura local.
- c) Para que haja maior aproveitamento das vantagens do turismo cultural e patrimonial, juntamente com as motivações existentes por parte dos visitantes, deve se desenvolver um plano eficaz e estratégico respeitando as características próprias de nosso centro histórico.
- d) Todos os planos para o desenvolvimento e reestruturação do centro histórico, elaborados no decorrer de quase 30 anos, já trouxeram fortes modificações positivas a área, porém nenhum deles ainda foi capaz de trazer um revitalização efetiva onde todos se beneficiem.
- e) Com a criação do Núcleo gestor do centro histórico, vê-se finalmente uma oportunidade de trabalho como uma rede de atividades e agentes participativos e políticas integradas que funciona com um catalisador de aconselhamento das problemáticas que envolvem o patrimônio. Apesar das barreiras que ainda cada setor traz consigo, visando benefício próprio.
- f) Para delinear estratégias de gestão eficazes que beneficiem a atracção de visitantes para o centro histórico, deve-se conhecer: as ações e políticas; as

iniciativas de renovação urbana, de reabilitação do Património e projectos de dinamização cultural.

- g) Encontra-se explícito o desejo de maior cooperação entre os diferentes sectores, sobretudo, entre o privado e o público, nomeadamente pela definição de estratégias e políticas conjuntas.
- h) Existem propostas concretas para a constituição de uma oferta de 'Património Cultural' para o Turismo, assim como, as expectativas são positivas no que diz respeito à comercialização do produto, no entanto, reconhece-se que existe um conjunto de iniciativas a executar antes que se possa falar num produto e ofertas constituídas.
- i) Em traços gerais evidenciam-se uma falta de organização do produto; má sinalização e interpretação dos recursos; existe uma falta de visão de longo prazo; a burocracia é excessiva e dificulta uma reposta célere.

Como forma de recomendação é preciso salientar que, a existência de áreas de lazer dentro dos núcleos das cidades que possuem património histórico e cultural, devem remeter um ambiente socialmente harmonioso de todos os empreendimentos turísticos ali oferecidos, no qual não se destinem a transformar todos os imóveis de interesses em "centros culturais". Para ser possível qualificar bens do património como atrativos culturais de alta, média e baixa intensidade, articulados para a oferta organizada, é preciso conhecê-los, assim como ao público a que se destinam.

Para cada um dos sectores apontam-se as seguintes recomendações específicas:

- **Instituições locais** – Com vista ao setor público: complementar os estudos sociológicos sobre o perfil social e demográfico dos residentes do centro histórico, visto que, apenas uma parcela do centro já possuem estes dados; mobilização e sensibilização da sociedade local; levar a cabo pesquisas de mercado e distribuir os resultados recomendando pontos específicos de intervenção; fornecer oportunidades de marketing; enfatizar o programa de reabilitação residencial para o Centro Histórico, fins não criar esvaziamento. Sem dúvida dar maior atenção aos usos dos edifícios patrimoniais, tanto pela comunidade local, como ao uso comercial.
- **Indústria turística** – Com vista ao setor privado: investir no sector cultural e patrimonial, e partilhar com o sector público responsabilidade de preservação e dinamização dos seus recursos; os quadros de Turismo devem abraçar o Património Cultural como um produto chave; lançar novos produtos baseados

na participação da comunidade local e sua cultura; dar maior ênfase a cultura local.

- **Sector cultural e patrimonial** - os produtores culturais e patrimoniais devem perceber que podem beneficiar da indústria turística, devem recolher informação e elementos de pesquisa, desenvolver estudos de impacto, levantar as histórias de sucesso e torná-las disponíveis; adquirir informação sobre o sector do Turismo, mas também partilhar; devem adquirir uma postura mais orientada para o negócio e profissionalização; estabelecer metas para os números de assistência e receitas, assim como, para o sucesso artístico e cultural, e diversificar a sua actividade; devem desenvolver programação inovadora, orientada para os turistas.

O Turismo pode contribuir de forma muito positiva para a requalificação e a revitalização dos centros urbanos (v. Cap. 2). É unânime que o Património Cultural do São Luís será utilizado por um número cada vez maior de turistas que visitam a região, apesar do principal produto (natural) ainda permanecer em destaque (v. Ponto 2.3). Porém, o turista do futuro será aquele onde a oferta melhor se constituir.

Espera-se que, desta vez sejam alcançados os objetivos que o novo Programa de Revitalização do Centro Histórico propõem, através de uma gestão compartilhada, a partir do Núcleo Gestor, e de todos os parceiros envolvidos. E todas as expectativas de melhoria desta área seja fato constituída ao bem estar, tanto de quem a vista, quanto a quem reside.

Tudo isso, remete-nos a refletir que, as cidades que possuem áreas de interesses históricos, vêm se tornando lugares que cada vez mais desempenham a função de áreas turísticas, mas esta investigação mostra que não se pode pensar em revitalização associada a conservação do patrimônio cultural, se não houver integração de todas as parcelas que envolvem o centro histórico (políticas, econômicas, sociais e ambientais).

Referências Bibliográficas

- Acerenza, Miguel Ángel, 2003, Administração do turismo: Planejamento e direção. EDUSC, Bauru, São Paulo, Brasil.
- Almeida, A. 2006. Planeamento Turístico para Pequenos e Médios Municípios – Estudo de caso do Maranhão. Tese de Mestrado. Universidade de Aveiro – Portugal.
- AUDRERIE, D. (1997) *La Notion et la Protection du Patrimoine*. [1ª edição], Presses Universitaires de France, Paris.
- Baptista, Mário, Turismo – Gestão Estratégica, E. Verbo 2003.
- Barreto, Margarida. Turismo e legado cultural. 5. ed. Campinas: Papirus, 2000. (Coleção Turismo).
- Beni, Mário Carlos. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: SENAC, 1998.
- BIANCHINI, F. e Parkinson, M. (eds.) (1993) *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester University Press, Manchester.
- CARVALHO, Luciana Gonçalves de. Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular / IPHAN / MINC. Fórum de Cidades Patrimônio Mundial. Turismo, Cultura e Desenvolvimento. São Luis 06 a 09 de junho de 2004. Modulo 01 Patrimônio Imaterial como Atrativo Turístico.
- Cooper C. Fletcher, J. Wanhill, S. & Gilbert, D 2001. Turismo: Princípios e Prática. Ed. Bookmann, Porto Alegre, Brasil.
- Costa, C. 2003, Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio: Componente Turismo, Secretaria de Estado do Turismo, Lisboa.
- Costa C, 2006, “Tourism Planning, development and territory”. In Tourism Management dynamics: Trends, Management and Tools. Eds. Buhalis D. & Costa C. London: Oxford, Elsevier. 236-243
- Costa, C. 2004, “ O papel e a posição do sector privado na construção de uma nova política para o Turismo em Portugal”.
- CHOAY, F. (2000) *A Alegoria do Património*. [1ª edição, 1982; título original: *L’Allégorie du Patrimoine*. Ed. du Seuil], trad. de Teresa Castro, Edições 70, Lisboa.
- Cruz, R. Turismo e Território, 2000. Atlas, São Paulo – Brasil.
- DENCKER, A. F. M, 1998 Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas. Ed. Futura, São Paulo - Brasil.

- Dimitrius, B. & Costa C. 2006, *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Butterworth- Heinemann, Elsevier, London.
- FEATHERSTONE, M. (1991) *Consumer, Culture and Postmodernism*. Sage, Londres.
- Ferreira, A.M., 2003. O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos: o caso de Faro. Tese de doutoramento: Turismo, Aveiro – Portugal.
- GARCÍA, J. De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural, **Política y Sociedad**. El Patrimonio Cultural, n. 27, Enero-Abril, p. 9-20, 1998.
- GELLNER, E. **Nacionalismo**. Barcelona: Ediciones Destino, 1998
- Gonçalves, A., 2003. A componente cultural do turismo urbano como oferta complementar ao produto "sol e praia": o caso de Faro e de Silves. Ed. GEPE. IFT. Temas de turismo. Lisboa – Portugal.
- Governo do Estado do Maranhão, 1997. Proposta do Governo do Estado do Maranhão para Inclusão do CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS NA LISTA DO PATRIMÔNIO MUNDIAL DA UNESCO. São Luís – Brasil.
- Inskeep, E, 1991, *Tourism Planning: An integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- JANSEN-VERBEKE, M. (1986) «Inner-city Tourism: Resources, Tourists and Promoters». *Annals of Tourism Research*. 13 (1), pp.79-100.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.
- Law, C. M. 1993, *Urban Tourism: Attracting visitors to large Cities*, Mansell Publishing Limited, New York.
- LAWS, E. (2001) «Management of Cultural and Heritage destinations». In YEOMAN, I. e DRUMMOND, S. (eds.) *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*. Butterworth Heinemann, Oxford, pp.78-94.
- Manente, M, 2004, *The Contribution of Statistics and Economic Analysis to Effective destination management Strategies*. CRT Côte d’Azur French Riviera.
- McINTOSH, A. (1999) «Into the Tourist’s Mind: Understanding the value of the Heritage Experience». *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 8 (1), pp. 41-64.
- Mill, R C M & Morrison, A M 1985, *The Tourism System, An introductory Text*, Prentice-Hall, New Jersey.
- MOLINA, Sergio, 2005, *Turismo: Metodologia e Planejamento*. Edusc, São Paulo.

- Naisbitt, John, 1994, Paradoxo Global. Ed. Campos, 2º Edição.
- Page, S., Hall, C., 2002, Managing Urban Tourism, Prentice Hall, London.
- Pickard, 2001, Management of Historic Centres, Spon Press, London.
- Pellegrine Filho, Américo. Ecologia, cultura e turismo. 7. ed. Campinas: Papirus, 1993.
- Poon, Auliana, 1993, Tourism, technology and competitive strategies, C.A.B International, Wallingford, United Kingdom.
- Porter, Michel E. 1989. Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior. Campos, Rio de Janeiro, Brasil.
- RICHARDS, G. (1993) «Developments in European Cultural Tourism». In SEATON, A.V. et al. (eds.) *Tourism: The State of The Art*. John Wiley & Sons, Chichester, pp. 366-376.
- RICHARDS, G. e Bonink, C. (1995). «Marketing Cultural Tourism in Europe». *Journal of Vacation Marketing*, vol.1 (2), pp.173-80.
- RICHARDS, G. (ed.) (1996) *Cultural Tourism in Europe*. Cab International, Wallingford
- Rodriguez Fariña, Ricardo- Gestion de Destinos Turísticos.Monografía - Universidad de La Havana.Centro de Estudios Turísticos.2005.
- SANTANA, A. Antropologia y turismo? Nuveas hordas, viejas culturas? Barcelona:Ariel, 1998.
- SILBERBERG, T. (1995) «Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites». *Tourism Management*. vol.16, (5), pp.361-365.
- Silva, J.A.M. & Silva J.A.V, 2003. “Inserção Territorial das actividades turísticas em Portugal – Uma Tipologia de Caracterização”. Revista Portuguesa de estudos Regionais. Lisboa: APDR – Associação Portuguesa para desenvolvimento regional.
- SILVA, Fernando Fernandes. As cidades brasileiras e o patrimônio cultural da Humanidade. São Paulo: Peirópolis, 2003.
- SWARBROOKE, J. (1995) *The Development & Management of Visitor Attractions*. Butterworth-Heinemman, Oxford.
- Swarbrook, J. Smith M & Onderwater L. ed 2005, Tourism, Creative and development, Atlas Publication, Arnhen.
- THEOBALD, W. 2002, Organizador, Turismo Global, 2 ed. Ed. Senac, São Paulo – Brasil.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo. Campinas, SP : Papirus, 1998.

UNDP/WTO/UGA, 1993, Integrate Tourism Master Plan: National Structure Plan for Tourism.

Urry, J. The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies. London: Sage, 1990.

Valls, J. F. 2000, Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles, Gestión 2000, Barcelona.

WTO, 1994, National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies, WTO.

Referências a Documentos Eletrônicos:

As Indústrias Culturais e o Emprego Nos Países da União Européia: Síntese: *Education and Culture Series EDUC 104ª*, 1997.

As indústrias Culturais segundo a UNESCO.

As indústrias Culturais segundo o Parlamento Europeu, 1999.

BECKER, B. 2001. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. Caderno Virtual de Turismo, vl. 1.

CANCLINE, N. 2005. TODOS TIENEN CULTURA: ¿QUIÉNES PUEDEN DESARROLLARLA? *Conferencia para el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, en el Banco Interamericano de Desarrollo.

COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO CONSELHO, AO PARLAMENTO EUROPEU, AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL E AO COMITÉ DAS REGIÕES POLÍTICA DA COESÃO E CULTURA: Um contributo para o emprego

Dias, Vera Lucia: Disponível em: <http://www.saopaulocafeturismo.com.br/turismocultural> São Paulo Café Turismo. Acesso em: 15 15 out 2007.

ENRIQUES, E. 2006. O Centro Histórico de Dublin (Irlanda): A experiencia de reabilitação do Temple Bar.

Evans, G and Shaw, P. 2004. THE CONTRIBUTION OF CULTURE TO EGNERATION IN THE UK: A REVIEW OF EVIDENCE: A report to the Department for Culture Media and Sport, London Met.

FAYO-SOLA, E. 2004. Política Turística en la Era de la Globalizacion.

FORTUNA, C. PEIXTO, P. As novas e as velhas imagens das cidades: um olhar sobre a transformação identitária de cinco cidades portuguesas.

GARCIA, M. El marketing de ciudades: Análisis y estrategias de planificación para el desarrollo económico y turístico de las ciudades históricas

GODINHO, Rui M. C. 2004. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: AS CIDADES COMO SOLUÇÃO.

MAGALHÃES, F. 1998. Cidades sustentáveis – o que o poder local e uma formação adequada em urbanismo podem fazer?

MAITLAND, R. 2005. How can we manage the tourist-historic city?

MENEGUELLO, C. O coração da cidade: Observações sobre a preservação dos centros históricos.

MONTGOMERY, John, 2003. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters. *Planning, Practice & Research, Vol. 18, No. 4, pp. 293–306*. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/1561426042000215614>

MONTGOMERY, John, 2004. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 2: A Review of Four Cultural Quarters in the UK, Ireland and Austrália. *Planning Practice & Research, Vol. 19, No. 1, pp. 3–3*. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/1561426042000215614>

PEREIRA, V, 2005. PLANEJAMENTO URBANO E TURISMO CULTURAL EM BELO HORIZONTE, BRASIL: ESPETACULARIZAÇÃO DA CULTURA E A PRODUÇÃO SOCIAL DAS IMAGENS URBANAS.

PEIXOTO, P. O Patrimônio Mundial como fundamento de uma comunidade humana e como recurso das indústrias culturais urbanas. *ECONOMIA DA CULTURA UM SETOR ESTRATÉGICO PARA O PAÍS*. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. Turismo cultural: leituras da antropologia. Disponível em: <<http://www.naya.org>>. Acesso em: 15 out. 2005.

PORTA, P. *ECONOMIA DA CULTURA UM SETOR ESTRATÉGICO PARA O PAÍS*. Ministério da Cultura.

Quartesan, A; Romis, M.; Lanzafame F. 2007. Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades.

RAMALHO FILHO, Rodrigo. GLOBALIZAÇÃO, SUSTENTABILIDADE E PATRIMÔNIO: REFLEXOS SOBRE A CIDADE PERIFÉRICA.

SANTOS, M. 2000 Da cultura à indústria cultural. Brasil.

Sistema de Informações e indicadores Culturais, 3003-2005. Estudo & Pesquisa IBGE.

SILVA, E. P. Património e identidade. Os desafios do turismo cultural. I.S.C.S.P. Universidade Técnica de Lisboa.

SILVA, Daniel Ribeiro, Adorno e a Indústria Cultural. Disponível em:

Tourism strategy in Cambridge, UK, 1978–2003. Centre for Tourism, University of Westminster, 35, Marylebone Road, London NW1 5LS, UK. Disponível em: www.sciencedirect.com

Sites:

Embratur- Disponível em : <http://www.embratur.gov.br>. Acesso em 20-03-2006.

Governo do Estado do Maranhão – <http://www.maranhao.gov.br/cidadao/>. Acesso em: 02-04-2006.

Grupunave – Disponível em: http://www.grupunave.pt/piter/index_contactos.htm. Projecto PITER: Terras do Vouga e do Caramulo.

IBGE – Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/> . Acesso em: 29- 05-2006

SEPLAN – Secretaria de Estado de Planeamento, Orçamento e Gestão: Disponível em: http://www.seplan.ma.gov.br/turismo/plano_index.html . 10-03-2006

IPHAN. Disponível em: <http://portal.ipham.gov.br/portal>. Acesso em: 10 Junho 2006.

MARANHÃO. Secretaria de Estado Extraordinária para o Desenvolvimento do Turismo. Perfil do turista do Maranhão. Disponível em: <<http://www.turismo.ma.gov.br>>.

Ministério da Cultura. Criatividade como fator de desenvolvimento. Acesso realizado em 08.02. 2008.

OWHC, Organization of World Heritages Cities. Disponível em: <http://urbo.ovpm.org/> , <http://www.ovpm.org/> . Acesso em: 20 Junho 2007.

UNESCO no Brasil. Disponível em: <http://www.unesco.org.br/>, Acesso em: 15 Junho 2006.

Relatório da Entrevista realizada ao Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis

**O Patrimônio Cultural como
estratégia de reestruturação da
oferta turística em Centros
Históricos: O caso de São Luis.**

Abril 2008

Relatório da entrevista ao presidente do Núcleo Gestor do Centro Histórico

Nota Introdutória

No dia 02 de abril de 2008, na sede do Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis do Maranhão, foi realizada entrevista junto ao seu presidente, que possui como principal responsabilidade reunir os principais agentes interessados no gerenciamento e articulação de ações direcionadas à preservação e conservação da área urbana central de São Luís. A recepção e aceitação de nosso estudo fora muito positiva, pautada no auxílio de todos os membros que fazem parte do Núcleo. O presidente do Núcleo, Sr. Aquiles Andrade, contribuiu de forma significativa no sentido de repassar todas as informações necessárias a luz de nossas dúvidas, deixando o espaço sempre disponível a nossa pesquisa.

A constituição deste órgão data de 2003, seu tempo de existência ainda é curto, para resultados que se esperam a longo prazo, muitas ações em função da preservação e conservação do centro histórico desde então foram criadas, porém alguns programas ainda estão em andamento ou em processo de finalização aguardando relatório com os resultados esperados. Existe porém, um relatório de todos os programas realizados entre o ano de 2005 e 2007 quando da gestão anterior a esta. A grande preocupação está na possibilidade de mudança de quadro de funcionários quando da alteração do governo.

O grande interesse atual é do entimento por parte de todos os órgãos envolvidos neste processo, pois o principal passo já foi tomado, na construção de um órgão que gerencie e trate no auxílio das questões políticas existentes nesta área. O uso do Patrimônio Cultural como estratégia de reestruturação da oferta turística foi reconhecida e aceita. Porém, ficou claro que as preocupações do núcleo remetem desde os problemas socioeconomicos até as questões da iniciativa privada, por se tratar de um cidade que ainda transita num país de terceiro mundo. O mais importante é que já exista este trabalho de parceria e construção de um rede de trabalho e cooperação real entre os setores da cultura, do patrimônio e do turismo.

Respostas Entrevista

1. Quando teve origem o núcleo e como se desenvolveu o processo da sua constituição?

“Foi criado em agosto de 2003 pelo atual governo municipal de São Luis do Maranhão, considerado uma organização a parte, porém, inserida na organização da Fundação Municipal do Patrimônio. A atual gestão assumiu compromissos pela reorganização desta zona onde através da criação de novas políticas criou o órgão com objetivo de identificar os principais problemas e gerir possíveis soluções”.

2. Com que equipa técnica conta? (nº de elementos, qualificação e situação de vínculo)

“Conta atualmente com 13 funcionários ligados diretamente ao Núcleo e a prefeitura municipal, sendo: presidente, Gabinete, Assessoria Jurídica, Assessoria Técnica, Superintendência de Gestão Cultural, Coordenação de Patrimônio, Coordenação de Relações Sociais, Coordenação de Memória e Documentação, Coordenação de Administração, Orçamento e Finanças, Coordenação de Mobilização e Educação Patrimonial, Superintendência da Oficina Escola e uma secretaria. Todos os funcionários são contratos por essa gestão do governo, o que não significa que em outra gestão possa ser desligados”.

3. Como funcionam as parcerias do Núcleo Gestor com os demais órgãos e empresas do setor turístico no Centro Histórico? (público e privado)

“As parcerias são fundamentais e devidamente participativas, hoje conta com 14 membros de secretarias e 22 parceiros institucionais (público e privados), dentre estas pode contar às instituições que estão diretamente ligadas ao turismo. Porém, todos os nossos parceiros

possuem o mesmo grau de importância, as ações desenvolvidas para o turismo apesar de conscientes do aproveitamento deste setor e gerido de igual forma as outras necessidades”.

4. Qual o grau de entendimento entre as parcerias pública e privada para melhorar a qualidade da oferta turística do Centro Histórico?

“Não apenas melhorar a qualidade da oferta turística, mas juntamente com as parcerias objetiva-se melhorar o Centro Histórico como um todo, em todas as suas funções. Quinzenalmente todos os responsáveis por seus órgãos se reúnem no Núcleo para discutir as questões do interesse de todos”.

5. Que intervenções privadas têm existido no domínio do patrimônio histórico?

“As intervenções privadas geralmente ocorrem quando do patrocínio de algum programa realizado dentro desta zona, grandes empresas como: Vale do Rio Doce e ALUMAR, sempre mostram seu interesse em participar. Outra forma de intervenção seria da aquisição de imóveis tanto de caráter comercial como residencial, uma tendência percebida é a aquisição por estrangeiros”.

6. Que programas (financiamento interno e externo) para a reabilitação, salvaguarda e restauro do patrimônio estão a ser utilizados?

“Todos os recursos disponíveis hoje são provenientes do BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento. Porém, não é o núcleo que recebe o apoio direto e sim as próprias secretarias responsáveis, como por exemplo, a secretaria municipal de turismo”.

7. Que intervenções estão previstas sobre o patrimônio histórico e em que prazo?

“Todas as ações que estão diretamente ligadas ao PRODETUR-NE II Programa de Desenvolvimento do turismo no Nordeste II”.

8. Estão previstos alguns novos equipamentos culturais ou requalificação de alguns dos existentes?

“Sim, também gerenciado através do Programa de Desenvolvimento do turismo no Nordeste – Prodetur – Ne.”

9. Existe algum estudo sociológico sobre o perfil social e demográfico dos residentes do centro histórico? Se sim, a que resultados chegaram?

“sim, mas apenas uma parte da área. Os resultados ainda não foram divulgados pelo Núcleo, pois o relatório ainda não foi concluído”.

10. Existe algum programa de reabilitação residencial para o Centro Histórico? Se sim, por parte de quem?

“Sim, a área já havia sido contemplada por um programa de reabilitação residencial, atualmente criou um novo programa em parceria com o núcleo e as ações do Prodetur-Ne II”.

11. Conhece-se o peso destes sectores em termos econômicos na região? Quais são as perspectivas de evolução econômica e rendibilidade do sector cultural e patrimonial?

“Sim, porém o núcleo por seu tempo de atuação ainda curto não dispõe destes dados, é possível que seja encontrado diretamente com as secretarias do Município e do Estado”.

12. Que medidas são levadas a cabo para controlar a utilização do patrimônio pelo turista?

“Ainda não foi criada nenhuma ação que contemple a questão da capacidade de carga para o uso do patrimônio por turistas, até por ser ainda muito pequena a demanda. Existem sim,

ações que regem o cumprimento das normas do uso do patrimônio por parte de quem possui os bens”.

13. Que medidas são hoje levadas a cabo para a valorização do patrimônio cultural com vista à atração de turistas?

“Todas as medidas desenvolvidas pela Secretaria de Turismo são apoiadas e auxiliadas pelo Núcleo quando necessário”.

14. Que fatores podem condicionar a experiência de visita do patrimônio cultural pelo turista?

“Desde a forma correta de divulgação até as questões de infra-estrutura, segurança e limpeza que a área disponibiliza para o turista”.

15. Quem são hoje os interessados no processo de revitalização da área do centro histórico?

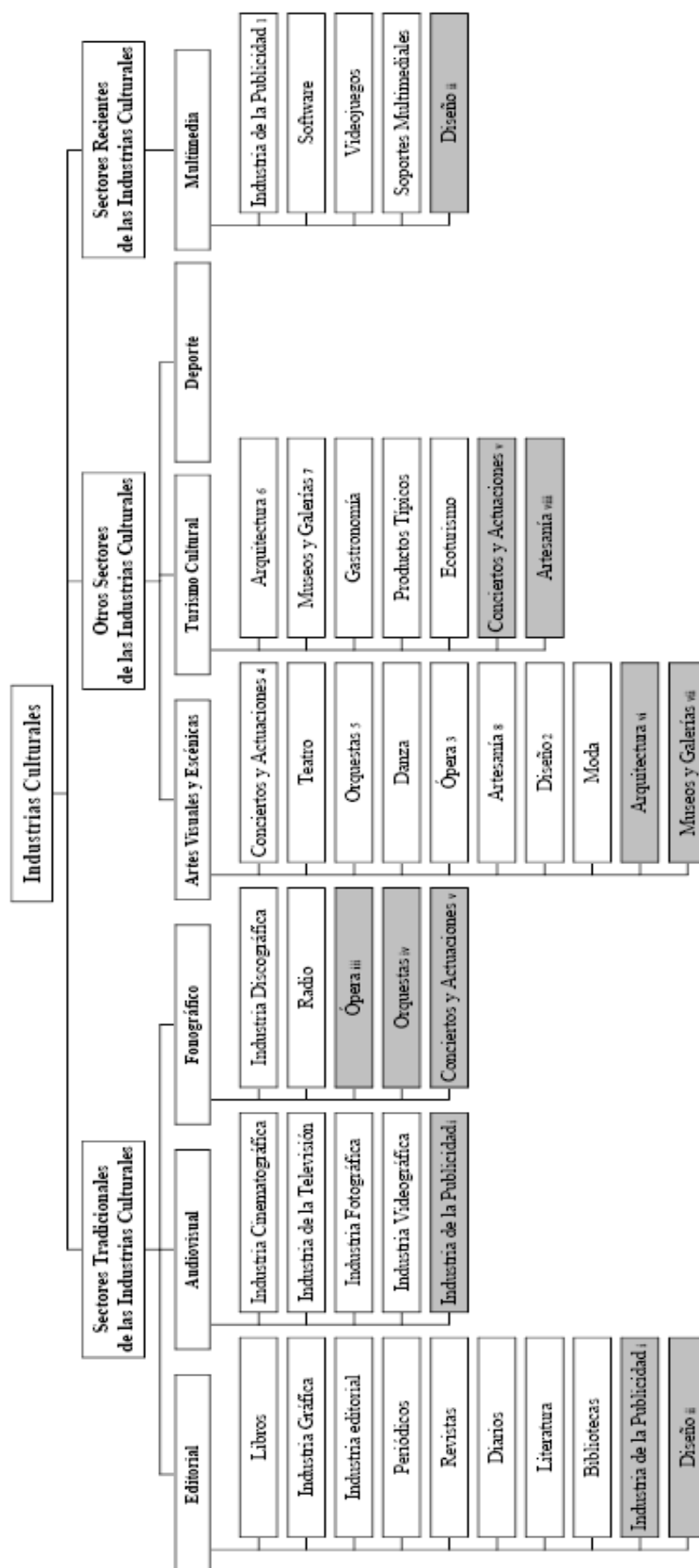
“Todos demonstram muito interesse”, mas ainda falta maior entendimento entre as partes para que trabalhem em completa sintonia, atualmente este é o principal papel do Núcleo, desenvolver a parceria e o entendimento entre todos os envolvidos e interessados em revitalizar esta área da cidade. Apesar das freqüentes reuniões, muitas vezes, o Núcleo assume um papel delicado, pois muitos ainda agem na tentativa de defender seus próprios interesses”.

Anexo 1 - Lista Cronológica das Cartas e Convenções Internacionais no domínio do Património^(*)

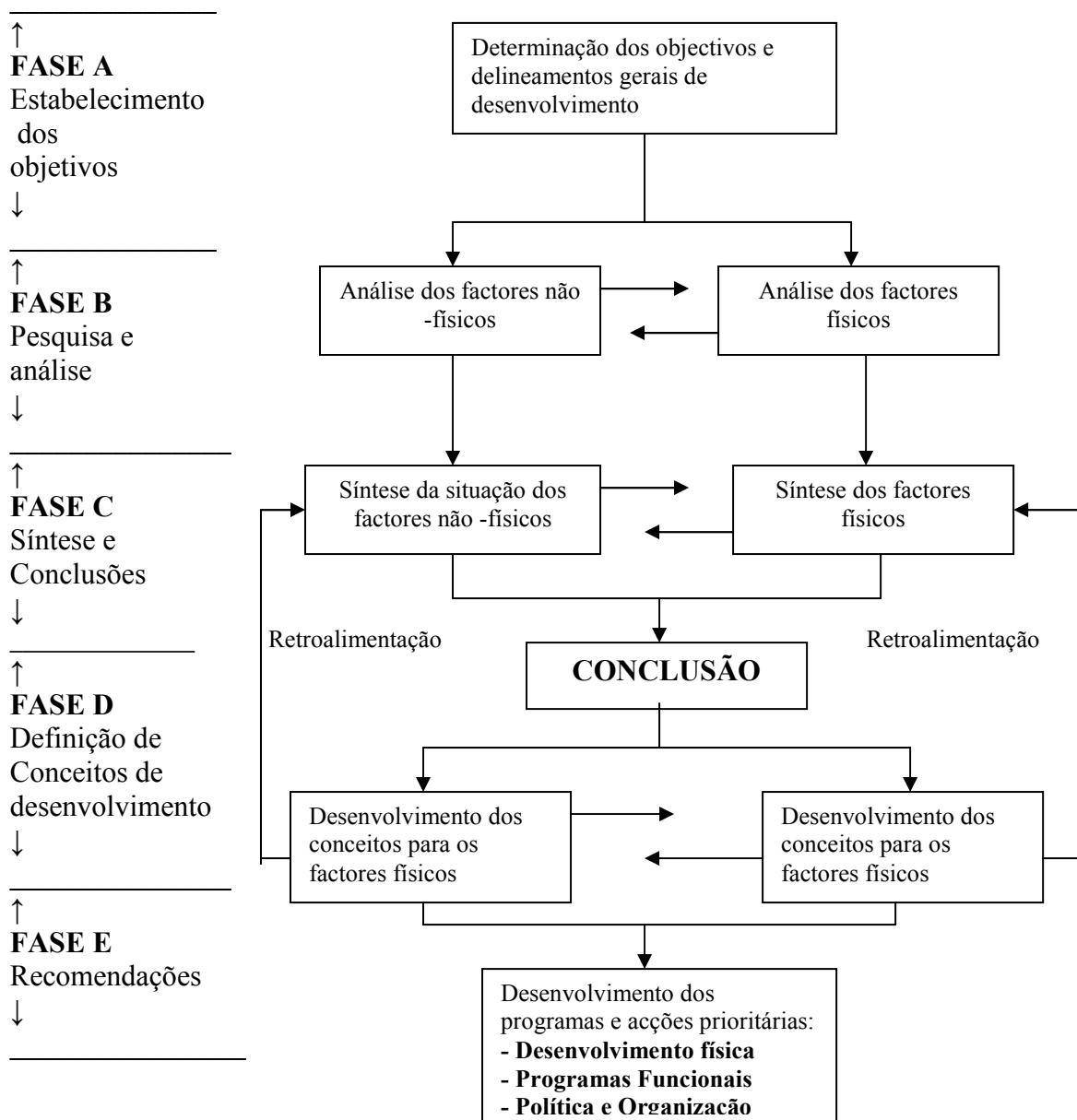
Data	DOCUMENTO E ENTIDADE
1931	Carta de Atenas (Serviço Internacional de Museus da Sociedade das Nações)
1954	Convenção sobre a Protecção dos Bens Culturais em caso de Conflito Armado (UNESCO) – Convenção de Haia
1964	Carta de Veneza (ICOMOS) A utilização do património para fins sociais facilita a sua conservação, não devendo, no entanto, permitir-se alterações na disposição ou decoração do edifício, estabelecendo limites às modificações que resultem da nova utilização.
1972	Convenção de Paris para a Protecção do Património Mundial Cultural e Natural (UNESCO) ; Portugal subscreveu pelo Dec. 4)/79 de 6 de Junho. Para os signatários esta convenção previa um conjunto de obrigações quanto à identificação, protecção, conservação, valorização e mesmo transmissão às gerações futuras, desse património cultural, mas em que o fundamental é o espírito de pertença comum, universal do património cultural e a introdução da responsabilidade civil na protecção do mesmo. Os monumentos ‘Património da Humanidade’ são englobados num sistema de cooperação e de assistência internacionais, onde beneficiam de apoio ao nível financeiro, artístico, científico e técnico. Esta convenção teve como primeiro aderente os EUA, foi ratificada em 1975 por 21 países, mas em 1991 possuía já 112 signatários.
1975	Carta Europeia do Património Arquitectónico (Conselho da Europa) Contribuiu para uma visão do património numa perspectiva dinâmica e abrangente, à imagem do pensamento contemporâneo e faz um apelo à <u>gestão integrada</u> dos bens patrimoniais; entende o património arquitectónico como: «(...) formado não somente pelos nossos monumentos mais importantes, mas também pelos conjuntos que constituem as nossas cidades antigas e as nossas aldeias tradicionais integradas nos seus ambientes natural ou construído.» (IPPAR, 1996:16) e estabelece a <u>conservação integrada</u> como objectivo principal do planeamento urbano ou regional, para que, pela concertação de esforços se consigam concretizar os objectivos sociais de melhoria das condições de vida (este documento foi ratificado por Portugal em 23 de Janeiro de 1991).
1976	Recomendação de Nairobi relativa à Salvaguarda dos Conjuntos Históricos e a sua função na vida contemporânea (UNESCO) Apresenta conceitos como conjuntos históricos e tradicionais, que distinguem em: sítios pré-históricos, cidades históricas, antigos bairros urbanos, aldeias e casarios, e conjuntos monumentais homogéneos com lugares de destaque.
1976	Recomendação sobre o Turismo Cultural (ICOMOS)
1976	Apelo sobre a Arquitectura Rural e o Ordenamento do Território (Conselho da Europa)
1981	Carta sobre a salvaguarda dos Jardins Históricos ou Carta de Florença (ICOMOS)
1983	Resolução 813, relativa à Arquitectura Contemporânea (Conselho da Europa)
1985	Convenção para a Salvaguarda do Património Arquitectónico da Europa (Conselho da Europa) – Malta
1987	Carta Internacional para a Salvaguarda das Cidades Históricas (ICOMOS) ; Toledo. O conceito de salvaguarda surge definido como: «(...) a identificação, a protecção, a conservação, o restauro, a reabilitação, a manutenção e a revitalização dos conjuntos históricos ou tradicionais (...) e do seu <u>tecido social, económico ou cultural</u> .» (IPPAR, 1996:15, sublinhado nosso). Surge a recomendação de se desenvolverem ‘planos de salvaguarda’ das cidades e bairros históricos.
1990	Carta Internacional para a Gestão do Património Arqueológico (ICOMOS)
1992 (1969)	Convenção para a Protecção do Património Arqueológico (Conselho da Europa) Reflecte os princípios: da utilidade dos inventários; da necessidade de articulação da salvaguarda do património arqueológico com <u>ordenamento do território</u> ; da defesa dos princípios da <u>conservação integrada</u> ; e da <u>participação activa das populações</u> .

(*) com base na publicação do IPPAR (1996) *Cartas e Convenções Internacionais*. IPPAR/Ministério da Cultura.
(Adaptado por Rodrigues, 2000)

Anexo 2 - Estructura das indústrias culturais

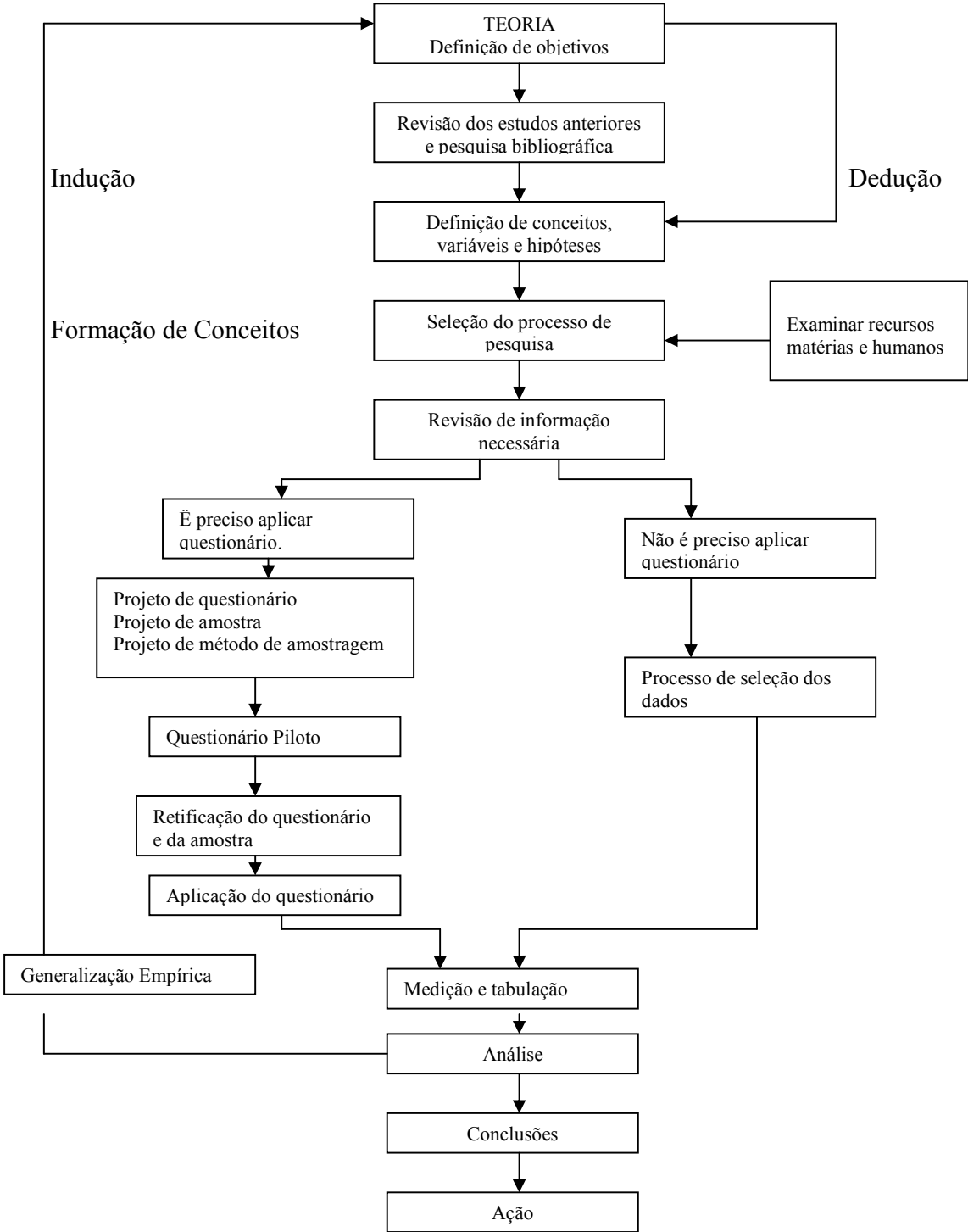


ANEXO 3: Esquema do modelo de Planejamento Estratégico regional



Fonte: Acerenza, 2003. (Retirado de GUNN, Clare A. Tourism planning. New York: Crane, Russak and company, 1979.

Anexo 4 - Processo de pesquisa em Turismo



Fonte: Denker,1998

Anexo 5 – Entrevista ao Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis

Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luis

1. Quando teve origem o núcleo e como se desenvolveu o processo da sua constituição?
2. Com que equipa técnica conta? (nº de elementos, qualificação e situação de vínculo)
3. Como funcionam as parcerias do Núcleo Gestor com os demais órgãos e empresas do setor turístico no Centro Histórico? (público e privado)
4. Qual o grau de entendimento entre as parcerias público e privada para melhorar a qualidade da oferta turística do Centro Histórico?
5. Que intervenções privadas têm existido no domínio do património histórico?
6. Que programas (financiamento interno e externo) para a reabilitação, salvaguarda e restauro do património estão a ser utilizados?
7. Que intervenções estão previstas sobre o património histórico e em que prazo?
8. Estão previstos alguns novos equipamentos culturais ou requalificação de alguns dos existentes?
9. Existe algum estudo sociológico sobre o perfil social e demográfico dos residentes do centro histórico? Se sim, a que resultados chegou?
10. Existe algum programa de reabilitação residencial para o Centro Histórico? Se sim, por parte de quem?
11. Conhece-se o peso destes sectores em termos económicos na região? Quais são as perspectivas de evolução económica e rentabilidade do sector cultural e patrimonial?
12. Que medidas são levadas a cabo para controlar a utilização do património pelo turista?
13. Que medidas são hoje levadas a cabo para a valorização do património cultural com vista à atracção de turistas?
14. Que factores podem condicionar a experiência de visita do património cultural pelo turista?
15. Quem são hoje os interessados no processo de revitalização da área do centro histórico?

Anexo 6 – Guia de entrevista padronizada aos principais órgãos do turismo do centro Histórico

Entrevistado: _____

Organização: _____

ENTREVISTA

1. O «património Histórico e cultural» do centro histórico poderá constituir-se como principal produto da oferta turística de São Luís (coloque um X na sua opção):

Sim ☐

produto alternativo, capaz de atrair novos fluxos turísticos ☐

produto complementar, capaz de qualificar o produto existente ☐

NS/NR ☐

2. Que grau de importância atribui aos recursos culturais e patrimoniais para a afirmação do turismo no centro Histórico?

(coloque um X na sua opção, considerando: 1- nada importante; 3- nem muito, nem pouco; 5- muito importante):

1	2	3	4	5	NR
---	---	---	---	---	----

3. As áreas-chave de desenvolvimento do 'património cultural' como produto turístico em São Luís (indique um máximo de 3):

Património Religioso ☐

Património Industrial ☐

Jardins Históricos ☐

Património Arqueológico ☐

Museus/Galerias ☐

Bibliotecas/Arquivos ☐

Teatro/Dança/Música ☐

Cinema ☐

Artes Plásticas ☐

Artes Literárias ☐

Núcleos Históricos ☐

Festivais ☐

Feiras e Festas Populares ☐

Ofícios Tradicionais/Artesanato ☐

Outros monumentos históricos e edifícios de interesse arquitectónico ☐

Gastronomia ☐

NS/NR ☐

4. Que importância atribui à definição estratégica conjunta de políticas sectoriais para a oferta turística do 'património cultural'? (coloque um círculo na sua opção, considerando: 1-nada importante; 3- nem muito, nem pouco; 5- muito importante)

(nada importante) 1....2....3....4....5 (muito importante)

5. Quais devem ser os objectivos prioritários de uma política e estratégia conjuntas, para o desenvolvimento do produto 'património cultural' para o turista nesta cidade? **(escolha máximo de três opções):**

- produção de informação estatística e avaliação de resultados ☐
- elaboração de um plano de investimento para o sector ☐
- elaboração de um plano de marketing para o sector ☐
- desenvolvimento de estudos para a determinação dos mercados e segmentos-alvo do património cultural ☐
- desenvolvimento de canais conjuntos de distribuição do produto ☐
- desenvolvimento de parcerias-chave ☐
- nenhum destes ☐
- NS/NR ☐

6. Que importância terão maiores incentivos económicos e fiscais para a reabilitação e valorização do património cultural no centro histórico de São Lus (coloque um círculo na sua opção)? 1- nada importante 3- neutro 5- muito importante

(nada importante) 1....2....3....4....5 (muito importante)

7. Que impactes negativos podem resultar da utilização do património cultural pelo turismo **(assinale os três mais importantes)?**

- Congestionamento dos equipamentos culturais e patrimoniais ☐
- Descaracterização desse património ☐
- Degradação física do património construído ☐
- Perda e alteração de valores e hábitos culturais ☐
- Especulação Imobiliária ☐
- Nenhum ☐
- Outro ☐ Qual?.....
- NS/NR ☐

8. Que benefícios económicos e sociais resultarão para a comunidade local da aposta num turismo com base no 'património cultural' **(assinale os três mais importantes)?**

Melhor qualidade de vida dos habitantes ☐

- Mais oportunidades de negócio ☐
Reabilitação do património degradado ☐
Atracção de novos investimentos para a cidade ☐
Novas oportunidades de Emprego ☐
Aumento das despesas turísticas no local ☐
Regeneração do Ambiente urbano ☐
Nova oferta cultural ☐
Repovoamento das zonas desertificadas ☐
Fixação da população ☐
Nenhum ☐
Outro ☐ Qual?.....
NS/NR ☐

9. O turismo com base nos recursos culturais e patrimoniais poderá constituir-se como uma forma de maior acesso à cultura pela comunidade local (coloque um X na sua opção)?

Sim ☐ Não ☐ NS/NR ☐

10. Qual a importância de envolver a comunidade local numa gestão integrada deste património? (coloque um círculo na sua opção)

(nada importante) 1....2....3....4....5 (muito importante)

1- nada importante 3- neutro 5- muito importante

11. Diga se concorda ou não com as seguintes afirmações sobre o ‘património cultural’ como produto turístico (assinale com um X as suas respostas):

	SIM	NÃO	NS/NR
acresce apelo e qualidade ao destino turístico			
aumenta o valor e a satisfação da visita para o turista			
é um gerador de fluxos turísticos fora da época alta			
permite otimizar a utilização dos equipamentos culturais			
permite otimizar as taxas de ocupação dos alojamentos			
permite otimizar a utilização dos transportes e infra-estruturas rodoviárias			

12. O facto do turismo, da cultura e do património, serem tutelados por diferentes Ministérios influi no tipo de ligações que estabelecem? (coloque um X na sua opção)

Sim ☐ Não ☐ NS/NR ☐

13. Que tipo de estrutura(s) conjunta(s) devia(m) existir para o desenvolvimento da vertente turística do património cultural? (**coloque um X em apenas uma opção**)

Estruturas propostas:	(X)
Parcerias entre sector público e privado (cultura e	

turismo)	
Nenhuma	
Consórcios	
Região de Turismo e da Cultura	
Estrutura que integre vários intervenientes	
Agências de Gestão do Património de âmbito regional	
NS/NR	

2.1 Quem deve participar nessa(s) estrutura(s) (coloque um X nas suas opções)?

Entidades participantes:	(X)
Agentes culturais	
Empresários Locais	
Diocese e Paróquias	
Delegação Regional do Ministério da Cultura	
Ministério da Cultura	
Instituto Nacional do Património Architectónico	
Comissão de Coordenação da Região	
Secretaria de Estado do Turismo	
Associações de Desenvolvimento Local	
Associações Culturais	
Associações Empresariais	
Autarquias	
NS/NR	

14. Que importância atribui às intervenções a ser realizadas em termos de requalificação urbana para a atracção de turistas ao centro histórico de São Luis ? (coloque um círculo na sua opção, considerando: 1- nada importante; 3- neutro; 5- muito importante)

(nada importante) 1....2....3....4....5 (muito importante)

15. Qual a importância da reabilitação do centro histórico da cidade para a atracção de turistas? (coloque um círculo na sua opção (coloque um círculo na sua opção considerando: 1- nada importante; 3- neutro; 5- muito importante)

(nada importante) 1....2....3....4....5 (muito importante)

16. Qual(is) deve(m) ser o(s) mercado(s) privilegiado(s) para atracção do visitantes com base no património cultural em centros históricos? (coloque um X nas suas opções)

	Mercados/segmentos	(X)
1. Origem	Nacionais	
	Estrangeiros	
2. Tipos de Programas	Excursão	
	Individuais	
3. Motivação	Turismo Balnear	
	Educacionais	
	Investigação	
	Visitas de Estudo	
	Seminários/Congressos	
4. Duração da Estada	Curta (até 3 dias)	
	Média (de 3 a 7 dias)	
	Longa (a partir de 8 dias)	
	NS/NR	

17. Diria que o turista que vem à procura das belezas naturais será o mesmo que visita o património cultural? (coloque um X na sua opção)

Sim ☐ Não ☐ NS/NR ☐

18. Como o centro histórico de São Luis poderá vir a ser o principal produto turístico da cidade (coloque um X numa só opção):

construção de uma imagem para o sector cultural e patrimonial	
desenvolvimento de 'pacotes turísticos' para o sector cultural e patrimonial	
maior conhecimento do turista que visita a área do Centro Histórico	
criação de estruturas conjuntas, que agrupem o sector cultural e o turismo	
reabilitação urbana do património cultural degradado	
Sensibilização da comunidade local para a importância do seu património	
NS/NR	

19. O desenvolvimento do património cultural poderá encorajar o regresso das pessoas aos centros urbanos? (coloque um X na sua opção e depois justifique)

Sim ☐ Não ☐ NS/NR ☐

20. Que importância atribui a inserção de novos equipamentos culturais para a afirmação do produto cultural do Centro Histórico? (coloque um círculo na sua opção considerando: 1- nada importante; 3- neutro; 5- muito importante)

(nada importante) 1....2....3....4....5 (muito importante)

21. Diria que o 'património cultural' será utilizado por um número cada vez maior de turistas?

Sim ☐ Não ☐ NS/NR ☐

Obrigada!

Anexo 7 - Políticas de Orientação do programa de preservação do Centro Histórico de São Luís

- 1 - Proporcionar a manutenção do **uso residencial** nas áreas do Centro Histórico.
- 2 - Intensificar as actividades de assistência e promoção social, e priorizar acções de fomento a geração de emprego e renda. Apoiar a instalação de centros profissionalizantes.
- 3 - Incentivar as manifestações culturais e educacionais mediante o estabelecimento de centros culturais e de criatividade e do fortalecimento das instituições públicas e privadas que se dedicam à acção e difusão cultural, bem como apoiar as manifestações artísticas de indivíduos ou grupos comunitários sediados na área.
- 4 - Restaurar e preservar o patrimônio arquitectónico e ambiental urbano do Centro Histórico, reintegrando-se à dinâmica social e económica da cidade, em condições adequadas de utilização e apropriação social.
- 5 - Promover a revitalização económica do comércio varejista, especialmente de géneros alimentícios regionais e artesanato e das actividades relacionadas ao turismo cultural.
- 6 - Adequar as redes de utilidades, serviços e logradouros públicos: água, esgoto, drenagem, energia eléctrica, telefone, limpeza urbana, transporte, saúde, segurança, praças e rede viária, de forma a beneficiar a população residente e usuários, propiciando ademais uma ocupação mais coerente e diversificada no Centro Histórico.
- 7 - Dinamizar as actividades portuárias tradicionais, visando à revitalização das funções económicas e culturais mais representativas do Centro Histórico, relativas à pesca artesanal e ao transporte hidroviário de passageiros e carga.
- 8 - Contribuir para o incremento do associativismo e consolidação das entidades de classe, de forma a garantir uma participação efectiva da comunidade no processo de preservação e revitalização do Centro Histórico.
- 9 - Garantir, no âmbito da Coordenadoria do Programa, um processo permanente de avaliação crítica do Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico de São Luís.
- 10- Assegurar o compromisso político da administração pública quanto à inclusão dos temas relativos à restauração e à conservação dos bens culturais nos planos de governo estadual e municipal.

ANEXO 8: NÚCLEO PRINCIPAL DO ACERVO EM QUESTÃO: área listada no Tombamento Federal no Centro Histórico de São Luís

“Inicia-se no primeiro baluarte existente na Av. Cinco de Julho, ao norte do Palácio do Governo, e passando pelo segundo baluarte, tendo como limite a baía de São Marcos, contorna todo o trecho denominado Praia Grande até envolver o Bairro do Desterro. Daí segue paralelo à Rua Afonso Pena, incluindo todo o seu casario, até alcançar a Av. Magalhães de Almeida e o prédio de nº 28 da Rua Grande. Segue por esta rua até encontrar a Rua Godofredo Viana e, através desta, alcança a Rua da Paz. A partir deste ponto segue à direita até a esquina com a Rua Virgílio Domingues, servindo esta de limite da área até o seu término na Rua dos Afogados. Daí, incluindo o prédio de nº 187 desta rua, segue paralelo à Rua do Ribeirão, alcançando a Rua Euclides Faria, quando volta à esquerda, cruzando então a Rua do Ribeirão. Tendo como limite o fundo do prédio de nº 141 do Largo do Ribeirão, segue paralelo à Rua Isaac Martins, incluindo todo o seu casario, até alcançar a Rua do Egito. Daí segue à direita até a Rua Zaque Pedro e, através desta, chega ao Parque XV de Novembro. Seguindo à esquerda por esta rua, alcançando a Rua Newton Prado e a Av. Cinco de Julho, quando volta ao ponto de partida, que inclui os conjuntos já tombados da Praça Benedito Leite, Praça João Francisco Lisboa e do largo fronteira à Igreja de Nossa Senhora do Desterro, ressaltando que o conjunto da Praça Gonçalves Dias e prédios já tombados, e igualmente localizados fora da área assinalada, mantém seu tombamento de acordo com processos anteriores”.

- **Processo nº 454-T-57; Inscrição nº 64 no Livro de Tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico, fls. 15 e Inscrição nº 513 no Livro da Belas Artes fls. 93. Data 13. III. 1974**